

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
Departamento de Sociología IV. Sección de Comunicación**

Programa: 276 COMUNICACIÓN, CAMBIO SOCIAL Y DESARROLLO



**TESIS DOCTORAL**

**Interacciones y manifestaciones de la identidad a través de los blogs**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR

PRESENTADA POR

**Alessandra Hernández da Costa**

DIRECTOR

**Francisco Bernete**

**Madrid, 2016**

**UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID**

Facultad de Ciencias de la Información

Departamento de Sociología IV; Sección de Comunicación

Programa: 276 COMUNICACIÓN, CAMBIO SOCIAL Y DESARROLLO



Tesis Doctoral:

***Interacciones y manifestaciones de la identidad a  
través de los blogs***

Presentada por:

**Alessandra Hernandez da Costa**

Dirigida por:

**Dr. Francisco Bernete**

Madrid, 2015

**UNIVERSIDADE COMPLUTENSE DE MADRID**

Faculdade de Ciências da Informação

Departamento de Sociologia IV; Seção de Comunicação



Tese Doutoral:

***Interacciones y manifestaciones de la identidad a  
través de los blogs***

Apresentada por:

**Alessandra Hernandez da Costa**

Diretor da tese:

**Dr. Francisco Bernete**

Madrid, 2015

Palavras-chave: *Identidade, interação, internet, blogosfera, blogs, comunicação pública, comunicação mediada por computadores, modernidade líquida, gostos culturais, exposição, criação, manifestação de identidades*

# AGRADECIMENTOS

Para conseguir concretizar um trabalho a longo prazo na vida, como uma tese de doutorado, é necessário não apenas ter a capacidade intelectual para usar os instrumentos corretos e obter os resultados do que foi analisado, mas também ter a perseverança de seguir trabalhando e melhorando o projeto proposto. Neste sentido, antes de mais nada e mais que tudo, devo agradecer a Deus, por ter me dado tanto a capacidade de me esforçar e buscar o conhecimento, quanto a persistência de não desistir do projeto mesmo após diversos anos de ter começado o programa de doutorado.

Sem Deus, tenho convicção, nada disso teria sido possível.

Em segundo lugar, devo agradecer pelos apoios permanentes e decisivos do meu pai, Luiz Hernandez Ogeda, e da minha mãe, Adelaide da Costa Ogeda. Eles foram decisivos antes, durante e depois do meu período de aulas na Espanha para não apenas fazer e concluir este projeto, mas também por ter aprendido tudo o que foi necessário para chegar até este ponto do meu aprendizado e conseguir realizar o projeto que eu tinha me proposto a fazer.

Sem o exemplo dos meus pais e o apoio deles para que eu continuasse estudando e não desistisse de concluir a tese do doutorado, este trabalho não existiria.

Em terceiro lugar, devo agradecer à orientação e ao apoio decisivos do meu professor e orientador Francisco Bernete. Sem dúvida alguma eu não teria condições técnicas e não encontraria os caminhos necessários para elaborar, executar e concluir este projeto sem a orientação deste excepcional mestre do ensino espanhol.

Em quarto lugar, agradeço por todos os anos que passei na Espanha aprendendo com Francisco Bernete e com todos os professores e colegas do programa de doutorado Comunicação, Mudanças Sociais e Desenvolvimento da Universidade Complutense de Madri. A experiência de viver na capital espanhola por três anos e de por dois destes anos estudar na Complutense com pessoas fantásticas mudou a minha vida. Sem exagero alguns, aqueles foram alguns dos melhores anos da minha vida. O conhecimento obtido na universidade, tanto com os mestres quanto com os colegas de diversas partes do mundo, assim como com as pessoas com quem convivi fora da Complutense, guiam os meus passos e decisões desde então.

Em quinto lugar, agradeço por todas as pessoas que cruzaram o meu caminho desde o nascimento e até agora. Apreendi com todas algo, o que contribuiu, mesmo que com um grão de areia, para que este trabalho pudesse ser concluído. De todas estas pessoas, agradeço, em especial, para as minhas amigas e amigos do coração, que sempre estiveram e estão do meu lado. Vocês são fundamentais para mim.

Finalmente, agradeço à minha profissão de jornalista, por ao mesmo tempo me incentivar a buscar mais conhecimento e a focar a minha pesquisa em uma área fundamental para a comunicação humana, como pode ser a internet, também ser o grande empecilho para este projeto ter sido realizado. Após o período de trabalho em Madri, voltei para o Brasil e retomei a carreira como jornalista. Foi isso que atrasou em alguns anos a conclusão deste trabalho. Mas também, sem o jornalismo, eu não teria me interessado em me aprofundar ainda mais na compreensão das relações entre as pessoas através da comunicação.

## **DEDICATÓRIAS**

Dedico esse trabalho aos meus pais, Luiz Hernandez Ogeda e Adelaide da Costa Ogeda, os meus maiores exemplos de vida e de sabedoria. O amor deles, repassado para os seus filhos, e o cuidado e o respeito que eles tem em todas as suas relações me inspiram todos os dias.

Também dedico esse trabalho a todos os pesquisadores, mestres e profissionais que seguem apostando na construção do conhecimento científico, buscando contribuir com o avanço da ciência, na compreensão dos elementos fundamentais da comunicação humana e das mudanças pelas quais ela passa.

E, finalmente, dedico esta tese para os profissionais da comunicação e para os blogueiros que, de forma corajosa e persistente, seguem desempenhando as suas funções e produzindo conteúdo pessoal ou informativo na internet. A difusão do conhecimento e a comunicação entre as pessoas são dois elementos fundamentais para a humanidade. Parabéns para quem segue dedicando o seu tempo para isso.

# ÍNDICE GERAL

	Página
<b>Resumo</b>	8
Resumen	10
Summary	12
<b>INTRODUÇÃO</b>	14
<b>Capítulo 1. Objeto de estudo e objetivos da investigação</b>	20
1.0. Apresentação	20
1.1. Descrição do objeto de estudo. Eleição do caso	20
1.2. Objetivos	27
<b>Capítulo 2. Estado da questão e marco teórico da investigação</b>	30
2.0. Apresentação	30
2.1. A internet e os blogs como plataformas de interação e de manifestação de identidades	32
2.2. Teoria Social da Comunicação	48
<b>Capítulo 3. Universo do estudo e desenho metodológico</b>	57
3.0. Apresentação	57
3.1. Universo estudado: os blogs que fizeram parte desta investigação e suas interdependências	58
3.2. Repasse metodológico	96
<b>Capítulo 4. A manifestação de identidades nas páginas pessoais de internet</b>	110
4.0. Apresentação	110
4.1. O sentimento de pertencimento dos produtores de conteúdos dos blogs em relação a grupos e coletivos	112
4.2. O nível de personalização dos conteúdos publicados nos blogs	125

4.3. A percepção dos blogueiros a respeito de sua própria identidade em contraste com a identidade dos demais internautas	145
4.4. A produção de conteúdo pessoal dos blogs e a manifestação da identidade do blogueiro como algo determinante para a criação de um grupo de seguidores em seu blog	152
4.5. A interação entre blogueiro e internautas como causa de alterações na manifestação do autor do blog de seus elementos de identidade	158
4.6. Os níveis de interação estabelecidos e a relação entre a disponibilidade de espaços interativos e a frequência com a qual a interação se estabelece ..	164
4.7. A existência de “uma rede” de contatos e de links para outros blogs divulgados pelo blogueiro	173
4.8. O atrativo das histórias pessoais para a formação de um grupo de leitores	179
<b>Capítulo 5. A relação entre elementos de identidade do blogueiro, a interatividade e a exposição de conteúdos</b>	188
<b>Capítulo 6. Resultados das entrevistas em profundidade com os blogueiros</b>	207
<b>CONCLUSÕES</b>	215
<b>BIBLIOGRAFIA</b>	230
<b>ÍNDICE DE TABELAS</b>	240
<b>ÍNDICE DE GRÁFICOS</b>	241
<b>ANEXOS</b>	243
Anexo I. Livro de códigos	244
Anexo II. Protocolo de registro	259
Anexo III. Plano de exploração	275
Anexo IV. Questionário para os blogueiros	288
Anexo V. Relação das análises de conteúdo dos blogs selecionados para o estudo	en CD





## Resumo

A presente Tese Doutoral serve para compreender um pouco melhor a comunicação estabelecida nas páginas pessoais, conhecidas como blogs. O objetivo principal foi analisar os sentimentos de pertencimento expressados em alguns dos principais blogs classificados como de produção pessoal e escritos em espanhol no momento em que começamos este estudo. Os sentimentos de pertencimento se expressam por parte do blogueiro e de seus seguidores. Uns e outros interagem comunicativamente, manifestando as suas afinidades e criando uma espécie de comunidade ao redor de um blog.

Para cumprir estes objetivos, a primeira consistiu em fazer uma imersão no universo dos blogs criando duas páginas na internet: uma pessoal e outra com textos sobre filmes de cinema, para, desta forma, compreender melhor a dinâmica destes espaços. Depois desta incursão, desenhamos uma análise de conteúdo para os blogs pessoais que estavam mais ativos na Espanha.

Com isso, identificamos e descrevemos as variáveis determinantes para este estudo segundo os objetivos propostos; em seguida, fizemos o registro de dados; depois, a exploração destes dados e, finalmente, a interpretação dos resultados obtidos. Posteriormente, ao comprovar que algumas questões necessitavam de um entendimento mais completo, elaboramos e aplicamos um questionário para os autores dos blogs estudados.

Na análise de conteúdo, selecionamos um “blog principal”, que tivesse uma maior relevância no universo das páginas pessoais escritas em espanhol, e outros 40 blogs que de alguma forma estivessem relacionados com o blog principal. Para identificar estes blogs secundários, selecionamos autores que comentaram textos publicados no blog pessoal principal e que também são autores de blogs pessoais. Analisamos os posts e as interações deste grupo de blogs para compreender melhor a comunicação e a interação estabelecida nestes espaços durante um período de seis meses.

Esse trabalho nos permitiu chegar a algumas conclusões sobre a comunicação neste espaços de expressão e de interação na internet. Destacamos os principais pontos revelados por esta tese: todo elemento que pode identificar o autor de um blog, seja por suas características pessoais, seja pelo sentimento que ele tem por pertencer a algum grupo, entidade ou coletivo, são objetos de referência e de debate na comunicação que este indivíduo estabelece com os seus leitores. E podem ser determinantes para atrair e manter o interesse dos leitores pelos textos deste blogueiro.

Elementos que podem ser considerados de identidade básica na comunicação estabelecida nos ambientes offline, como são o gênero, a idade e o rol social da pessoa são menos relevantes no espaço dos blogs se comparados com os hobbies e gostos pessoais, que jogaram um papel muito mais relevante na manifestação das identidades dos autores e de seus interlocutores. Ou seja, nestes espaços, interessa muito mais os gostos da pessoa ou o que ela faz em seu tempo livre do que as características básicas de sua identidade.

As pessoas que mais participaram nos blogs dos autores estudados são aquelas que têm a mesma opinião que eles, o que sinaliza que os leitores buscam interagir em páginas pessoais aonde encontram concordância com os seus respectivos autores. Também comprovamos que uma concordância dos elementos de identidade pessoal ou uma maior exposição do blogueiro não tem como consequência que as pessoas que interagem com ele participem mais em seu blog. O que é determinante na comunicação é a identificação das pessoas com temas que lhe sejam interessantes.

Os blogueiros escrevem sobre os temas que lhe interessam com independência a respeito dos comentários que os internautas fazem.

Alguns blogueiros se conhecem e publicam links que remetem os internautas para as páginas dos conhecidos. Mas não são todos que adotam esta prática de deixar clara a relação que tem com blogueiros conhecidos. Estas práticas tornam mais difícil saber se as relações entre os blogueiros começaram antes ou depois da publicação de suas páginas pessoais. De fato, alguns se conhecem na vida offline, antes de começarem as suas páginas pessoais, enquanto que outros contatos foram estabelecidos depois da publicação dos blogs.

## Resumen

La presente Tesis Doctoral sirve para comprender un poco mejor la comunicación establecida en las páginas personales, conocidas como blogs. El objetivo principal ha sido analizar los sentimientos de pertenencia expresados en algunos de los principales blogs clasificados como de producción personal y escritos en castellano en el momento en que empezamos este estudio. Los sentimientos de pertenencia se expresan por parte del bloguero y de sus seguidores. Unos y otros interactúan comunicativamente, manifestando sus afinidades y conformando una especie de comunidad alrededor de un blog.

Para cumplir estos objetivos, la primera actividad consistió en hacer una inmersión en el universo de los blogs creando dos bitácoras: una página personal y otra con textos acerca de películas de cine para, de esta manera, comprender mejor la dinámica de estos espacios. Tras esa incursión, diseñamos un análisis de contenido para los blogs personales que estaban más activos en España.

Con eso fin, identificamos y la describimos las variables determinantes para ese estudio según los objetivos propuestos; seguidamente, el registro de datos; después la explotación de estos datos y, finalmente, la interpretación de los resultados obtenidos. Posteriormente, al comprobar que algunas cuestiones necesitaban de un entendimiento más completo, elaboramos y aplicamos un cuestionario para los autores de los blogs estudiados.

En el análisis de contenido, hemos seleccionado un “blog principal”, que tuviese una mayor relevancia en el universo de las páginas personales escritas en español, y otros 40 blogs que de alguna manera estuviesen relacionados con el blog principal. Para identificar estos blogs secundarios, seleccionamos autores que comentaron textos publicados en el blog principal y que también son autores de blogs personales. Analizamos los posts y las interacciones de este grupo de blogs, para comprender mejor la comunicación y la interacción establecida en estos espacios, durante un período de seis meses.

Este trabajo nos ha permitido llegar a algunas conclusiones acerca de la comunicación en estos espacios de expresión y de interacción en internet. Destacamos los principales puntos revelados por esta tesis: todo elemento que puede identificar el autor de un blog, sea por sus características personales, sea por el sentimiento que él tiene por pertenecer a algún grupo o colectivo, son objetos de referencia y debate en la comunicación que este individuo establece con sus lectores. Y pueden ser determinantes para atraer y mantener el interés de los lectores por los textos de ese bloguero.

Elementos que pueden ser considerados de identidad básica en la comunicación establecida en los ambientes offline, como son el género, la edad o el rol social de la persona son menos relevantes en el espacio de los blogs si se comparan con los hobbies y los gustos personales, que han jugado un papel mucho más relevante en la manifestación de las identidades de los autores y de sus interlocutores. O sea, en estos espacios, interesa mucho más los gustos de la persona o lo que ella hace en su tiempo libre que las características básicas de su identidad.

Las personas que más han participado en los blogs de los autores estudiados son aquellas que tienen la misma opinión que ellos, lo que señala que los lectores buscan interactuar en páginas personales donde encuentran concordancia con los respectivos autores. También hemos comprobado que una puesta en común de los elementos de identidad personal o una mayor exposición del bloguero no tienen como consecuencia que las personas que interactúan con él que participen más en su blog. Lo que es determinante en la comunicación es la identificación de las personas con temas que le resulten interesantes.

Los blogueros escriben acerca de los temas que les interesan con independencia de los comentarios que hacen los internautas.

Algunos blogueros se conocen entre sí y en sus páginas publican enlaces para los blogs de otros conocidos. Pero ni todos tornan evidente las relaciones que tienen con otros blogueros. Esa práctica hace más difícil conocer si las relaciones entre los blogueros comenzaron antes o después de la publicación de sus páginas personales. De hecho, algunos se conocen en la vida offline, antes de hacer públicas sus páginas personales, mientras que otros contactos se han establecido después de la publicación de sus blogs.

## Summary

The purpose of this Doctoral Thesis is to better understand the established communication in the personal pages, known as blogs. The main objective was to analyze the feelings of belonging expressed in some of the major blogs classified as production staff and written in spanish when we started this study. Feelings of belonging are expressed by the blogger and his followers. Each one and interact communicatively, expressing their affinities and creating a kind of community around a blog.

In order to meet these objectives, we first had to make an immersion in the world of blogs by creating two websites: one personal and the other one with reviews about films, to better understand the dynamics of these spaces. After this review, we designed a content analysis to personal blogs that were most active in Spain.

Therefore we identified and described the determinant variables for this study according to be proposed objectives by making the data set; the operation of the data and finally the interpretation of results. To prove that some issues needed a more complete understanding, we elaborated and applied a questionnaire to the authors of the blogs studied.

In the content analysis, we selected a “main blog” which had greater relevance in the world of personal pages written in spanish, and forty other blogs that somehow were related to the main blog. To identify these side blogs we have selected authors who commented texts published in the main personal blog and who are also authors of personal blogs. We analyzed the posts and interactions of this group of blogs to better understand communication and interaction established in these areas for a period of six months.

This work allowed us to come to some conclusions about the communication in this space of expression and interaction on the internet. Highlight the main points revealed by the thesis: every element that can identify the author of a blog, either by personal characteristics or by feeling he or she has to belong to any group, organization or collective are reference objects and debate on communication that this individual has with the readers. They can be crucial to attract and retain the interest of readers by texts from this blogger.

The elements that can be considered basic identify in the established communication offline in environments such as gender, age and social role of the person are less relevant in the blogs of space compared with hobbies and personal tastes, which played a role much more relevant in the manifestation of the identities of

authors and their partners. In these spaces it's more important what the person likes or what he or she does in their spare time than the basic features of their identity.

The people who took part in the blogs of the studied authors are those that have the same opinion as them, which indicates that readers seek interact on pages where people find agreement with their respective authors. We proved that a concordance of personal identify elements or greater exposure of the blogger does not mean that people who interact with it participate more in his blog. What is crucial in communication is the identification of people with issues that may be interesting.

The bloggers write about topics that interest them regardless of the internet user's opinion.

Some of them share links on their page from their other fellow bloggers while others prefer not to make clear about their personal relationships. This practice makes it more difficult to determine if the relationship between bloggers started before or after the publication of their personal pages. In fact, some of them met in the offline life before the page was created while others met after the blog was established.

## Introdução

Esta tese parte do entendimento que os conceitos de individualidade e de coletividade tem importâncias e significados diferentes de acordo com cada formação social e dependendo de cada momento histórico. Com a proximidade do tão “proclamado”, aguardado e sonhado futurista século XXI, que agora é uma realidade, sociólogos, antropólogos e outros cientistas de diferentes áreas que estudam e refletem sobre o comportamento humano começaram a indicar tendências para uma “era do individualismo” na qual se manifestariam identidades em permanente mudança.

Alguns destes teóricos, a exemplo de Zygmunt Bauman, chamaram esse novo tempo de “modernidade líquida”. Mas o que significa esse conceito na vida prática das pessoas? Além disso, até que ponto a modernidade líquida pode ser identificada nas novas plataformas comunicativas que são intermediadas pelos computadores?

Neste contexto, a criação, a difusão e a popularização da internet e de suas ferramentas criadas para a interação parecem estar jogando um papel determinante. Uma das várias ferramentas disponíveis neste universo, a dos blogs, ganha especial importância porque valoriza o indivíduo, suas características e suas formas de expressão.

As páginas pessoais, chamadas também de blogs, tornaram muito mais fácil a publicação de conteúdos pessoais na internet. Muitas empresas criaram páginas na internet com um conjunto de opções de desenhos de páginas pensando nos distintos usos que elas poderiam ter. Entre estas opções existem aquelas páginas que incentivam a manifestação dos elementos de identidade de seus autores.

Depois da popularização dos blogs, outros serviços, como as redes sociais, surgiram para encher esse vazio de opções para saciar a necessidade de comunicação direta entre as pessoas que utilizam internet.

A intensidade com que a interação estabelecida através dos blogs ganha relevância na biografia de uns ou de outros autores destas páginas pessoais depende de uma série de fatores. Mas parece ser evidente, em todos os casos estudados nesta investigação, que a interação e a exposição de conteúdos pessoais feita pelos autores dos blogs tem importância em suas vidas – seja observando pela influência no campo pessoal ou no âmbito profissional destes blogueiros.



Além disso, a individualidade e a noção do coletivo estão ganhando cada vez mais importância nas últimas décadas, especialmente depois que cada pessoa teve a oportunidade de poder se comunicar com muito mais facilidade através da internet.

Neste contexto, é importante analisar a comunicação estabelecida através das páginas pessoais, chamadas também de blogs, uma das primeiras ferramentas da internet que propiciou a “tomada de poder” da comunicação pelas pessoas comuns. Com a análise feita neste trabalho buscamos compreender melhor a dinâmica da comunicação estabelecida nos blogs e a importância da identidade neste tipo de processo comunicativo.

#### **- Porque é inovadora**

Existem correntes teóricas que defendem as qualidades enquanto outras ressaltam os problemas que pode surgir de uma sociedade na qual a vida privada ganha, por uma escolha e por uma ação voluntária do indivíduo, o caráter de vida pública. Outras correntes ressaltam que internet e suas ferramentas de criação de conteúdo original e de interação podem mais uma vez na história resgatar o valor da comunicação pública e popular que já foi protagonista da vida social no passado.

Ainda que o processo destas mudanças ainda esteja acontecendo, já é possível notar que a interação e a exposição de conteúdos proporcionada pelos blogs e por suas variações (como pode ser considerado, por exemplo, o Twitter, a ferramenta de “micro-blog” que dominou parte considerável da comunicação na internet a partir do ano 2008) estão provocando novos processos no ambiente de trabalho e uma nova dinâmica na comunicação de massas.

A exposição voluntária da vida particular de uma pessoa em um ambiente de acesso público massivo tem provocado mudanças nas pautas, processos e rotinas de trabalho, divulgação e interação dos meios de comunicação até agora predominantes – como os meios impressos, televisões, rádios e os meios digitais criados ou não a partir dos meios de comunicação anteriores.

Cada vez mais os meios de comunicação tradicionais – como a imprensa escrita, a rádio e a televisão – utilizam conteúdos que foram publicados antes em páginas pessoais ou em redes sociais de pessoas relevantes para a sociedade (como costumam ser os políticos e os artistas) ou pessoas que por alguma razão foram foco de alguma notícia (como é o caso das pessoas comuns que foram envolvidas em algum crime ou acidente trágico).

Tendo como base diferentes correntes teóricas que analisam as mudanças sociais e, em especial, a relação da comunicação pública, de massas e a tecnologia com estas mudanças, foi elaborada esta investigação doutoral que busca compreender as

relações estabelecidas nas páginas pessoais criadas na internet, um dos primeiros formatos de comunicação popularizados pela rede mundial de computadores.

A busca por fontes bibliográficas e o estudo das diversas teorias permitiu comprovar que falta, ainda, uma reflexão maior sobre as características, o alcance e os efeitos da comunicação mediada por plataformas como as que permitem a publicação dos blogs.

A maioria dos estudos publicados até agora trata de explicar como os blogs e outros produtos comunicativos criados para a internet funcionam e, especialmente, como eles podem ser utilizados com uma eficácia maior. Outros estudos questionam o tipo de interação estabelecido pela sociedade pós-moderna e as relações pessoais criadas nas sociedades em que a exposição da vida pessoal se tornou frequente.

Mas poucos estudos analisam as duas questões em conjunto, avaliando a exposição pública massiva feita de forma voluntária pelas pessoas com a facilidade que as pessoas comuns têm de se expressarem por meio de recursos como os blogs e as redes sociais presentes na internet (como Facebook, Twitter, Tuenti, entre outras).

Nesta tese doutoral não apenas analisamos as duas questões em conjunto como procuramos compreender os efeitos que a exposição pessoal feita pelas pessoas em suas páginas pessoais na internet podem ter em suas vidas.

#### **- Porque é interessante**

Importante observar que os blogs são apenas uma das plataformas de comunicação criadas com o surgimento da internet. Eles são caracterizados pela publicação de textos feita de forma cronológica pelos autores das páginas pessoais. Outra característica é que os blogs apresentam espaços para interação, principalmente a oportunidade da publicação de comentários e a indicação de links para outras páginas na internet, que podem ou não ser páginas pessoais.

Os blogs foram os primeiros a criar um espaço para a publicação de conteúdos pessoais e dos mais diferentes tipos de origem de maneira simples e direta na internet. Utilizando estes blogs foi possível estabelecer algumas comunidades para a interação de conteúdos e de opiniões pessoais.

Algumas vezes os conteúdos publicados nas páginas pessoais não contam fatos da vida cotidiana, opiniões ou textos com muitos elementos de identidade do autor da página pessoal, mas acabam mostrando através de outros tipos de conteúdos as preferências na escolha de alguns tipos de conteúdos no lugar de outros.

Nesta investigação doutoral são analisadas as manifestações da identidade pessoal no contexto das interações comunicativas que tem lugar no marco desta modalidade de intercâmbio expressivo de elementos de identidade pessoal nesta relativamente nova plataforma de comunicação na história dos meios de comunicação, que são os blogs.

Se entende como “manifestações de identidade” as expressões que tem como objeto de referência o indivíduo ou o grupo ao que o sujeito diz pertencer. Essas expressões podem ser características pessoais, qualidades, etc., mas também podem ser expressões de identificação com outras fontes (sejam elas grupos, pessoas, instituições, etc.).

As expressões refletem representações (dos grupos, das religiões, das posições políticas, de situações do cotidiano, etc.), visões de mundo daqueles que escrevem e, ao fazê-lo, se identificam com umas coisas ou se distanciam de outras segundo as representações que eles fazem de umas coisas ou de outras.

As interações, neste caso, interessam enquanto que são as atividades aonde aparecem expressões de identificação dos indivíduos. Com a particularidade de que estas interações são comunicativas exclusivamente porque os autores não estão fisicamente perto uns dos outros, consequentemente eles não podem se tocar, e tem toda a sua relação intermediada por computadores e pela internet.

As interações interessam também por serem caracterizadas como um diálogo entre distintas expressões de identidade, em um intercâmbio de opiniões e de informação que pode levar a novas ou distintas noções que uma pessoa tem de seu pertencimento a determinado grupo ou inclusive da interpretação que faz de suas próprias características de identidade.

O estudo das interações, baseadas em elementos de identidade, pode revelar atitudes que reforçam ou que promovem mudanças nos sentimentos de pertencimento a determinados grupos ou coletivos. Desta forma, o interessante deste estudo doutoral é o fato dele aprofundar na avaliação das relações estabelecidas entre as pessoas por intermédio dos blogs para saber quanto destas relações podem influenciar na vida dos autores das páginas pessoais e de seus interlocutores.

#### **- Outros detalhes e observações**

A modalidade de comunicação chamada “blog” será situada, nesta investigação doutoral, no contexto de outras modalidades (públicas, privadas, com meios técnicos, sem eles, etc.). explicaremos que ainda que o blog seja um tipo de comunicação pública, ele tem muito de comunicação interpessoal, ainda que ela não seja feita cara a cara. Ela está próxima de fóruns e chats na internet, mas é diferente. Eles formam redes, mas são diferentes de outras redes sociais.

Neste trabalho propomos rastrear as “manifestações de identidade” que podem ser encontradas tanto nos “posts”, que são os textos produzidos pelos autores das páginas pessoais e que logo podem ser objeto de comentários, como
---

também no espaço para os comentários, aonde os internautas (“autores” e “leitores” de cada um dos blogs estudados) trocam impressões na sequência de um determinado “post”.

Desta forma se pretende, para resumir, que esta investigação doutoral sirva para compreender melhor as características da comunicação que se desenvolve através dos blogs e, de forma mais concreta, para mostrar de que forma esta ferramenta é utilizada para a expressão das identidades próprias e alheias (que não deixa de ser outra forma para a pessoa referir-se a respeito da própria identidade).

O objetivo geral desta tese é analisar os sentimentos de pertencimento expressados em alguns dos principais blogs classificados como sendo de produção pessoal na Espanha, assim como a criação de novas comunidades formadas em torno deste grupo de blogs estudados.

De forma específica, buscamos estudar os sentimentos de pertencimento a grupos e coletivos dos produtores de conteúdos dos blogs e das pessoas que visitam e comentam nestas páginas pessoais, assim como procuramos conhecer o nível de personalização dos conteúdos e descobrir quais são os elementos que os blogueiros utilizam para manifestar a sua identidade (como afinidades e o pertencimento a grupos) e de que maneira a comunicação estabelecida através do blog ajuda este autor a expressar que ele forma parte de um coletivo, de um grupo ou que acredita ser distinto dos demais.

Além disso, estudamos a “rede” de contatos e links que os blogueiros estabeleceram com outros blogs através da qual pode ter sido possível criar uma “comunidade virtual” que existiria ou não antes da interação começar entre os autores e os participantes dos blogs através de comentários dos textos publicados na página pessoal. Por último, avaliamos o fenómeno dos blogs na medida que eles se apresentam como relatos de histórias pessoais.

Para fazer a análise de conteúdo foi escolhido um período em comum para todos os blogs, quando foram estudados os textos publicados pelos blogueiros e os comentários dos internautas que mantém também páginas pessoais e que produziram textos mais longos e cheios de informação – o que torna o trabalho de análise de conteúdo mais completo e preciso.

O objeto de estudo desta investigação doutoral está restrito aos blogs pessoais. Em outras palavras, blogs que não estão especializados em um tema específico (como por exemplo em informática, política, cultura, esportes, etc.) e que se caracterizam por tratar da vida pessoal e das experiências vivenciais de seus autores, baseado em conteúdos que refletem os gostos, sonhos, desejos, as amizades, o ambiente profissional, etc. dos blogueiros.

Avançando com este estudo, foi possível perceber que as pessoas estão expondo suas vidas privadas na internet cada vez mais. Estudando os blogs, é possível afirmar que todos os outros produtos criados para a internet seguem esta mesma linha de conduta. Por exemplo, redes sociais como Facebook, Orkut, ferramentas de micro-blog como Twitter, entre outras ferramentas vivem da manifestação da identidade dos indivíduos.

Uma das nossas propostas é explicar como a comunicação através das páginas pessoais se estabelece e se frutifica, assim como o modo em que esta comunicação e a interação com distintas pessoas na internet podem influenciar a vida dos autores das páginas pessoas publicadas na rede mundial de computadores. O objetivo desta investigação, desta forma, é explicar de que forma isso acontece e a que conclusões é possível chegar neste cenário de comunicação pública que cada vez mais integra um número maior de pessoas no mundo.

# Capítulo 1

## Objeto de estudo e objetivos da investigação

### 1.0. Apresentação

O presente capítulo tem como objetivo a descrição do objeto de estudo desta investigação, explicando como as páginas pessoais na internet, frequentemente chamadas neste trabalho como blogs, são caracterizadas. Contextualizamos a utilização desta prática social na internet e as razões para a escolha dos blogs escritos em espanhol para esta investigação. Depois, explicamos o método empregado para a seleção das páginas pessoais que foram estudadas, começando por um blog pessoal e chegando a outras 40 páginas publicadas na internet. Além de explicar como os blogs estudados foram selecionados, este capítulo descreve o objetivo principal e os objetivos específicos deste estudo de caso.

### 1.1. Descrição do objeto de estudo. Eleição do caso

Na história recente da comunicação mediada por computadores, os blogs surgiram como aplicações informáticas que propiciam a proliferação de interações comunicativas. Observando este fenômeno de comunicação, escolhemos determinados blogs como objeto material de estudo.

Para a realização desta investigação foram procuradas e monitoradas manifestações de identidade e encontrada a dinâmica de interação estabelecida por um grupo de blogs produzidos no idioma espanhol e utilizados como mostra da dinâmica que pode ser observada nestes entornos comunicativos.

Lembramos que se entendem como “manifestações de identidade” aquelas expressões que tem por objeto de referência os autores dos blogs ou os grupos aos quais eles dizem pertencer. Essas expressões podem ser registradas como características, qualidades, etc., mas também como expressões de identificação com outros (como grupos, pessoas, instituições, etc.).

Essas expressões podem ser encontradas tanto nos “posts”, que são os textos produzidos pelos autores e que normalmente são alvo de comentários de outros internautas, como no espaço dedicado para estes comentários, aonde os internautas (que podem ser “outros autores” ou “leitores” do blog estudado) trocam impressões na continuidade de um “post”.

No âmbito dos blogs, as expressões de identidade caracterizam este meio de comunicação. As chamadas “páginas pessoais” estão baseadas justamente na exposição feita por seus autores e interlocutores de uma forma diferente do que é feito na comunicação de massas que segue os manuais de práticas profissionais. As expressões de identidade revelam, desta forma, que tipo de discursos são mais importantes na comunicação mediada pelo ambiente dos blogs, assim como quais são os elementos mais importantes para os autores das páginas pessoais e de seus interlocutores.

Os blogs se converteram desde os anos 2000 em importantes mecanismos de difusão de informação alternativa em muitas situações (e de forma complementar em outros casos) ao que circula através dos meios de informação tradicionais, sejam eles massivos ou não. Além disso, os blogs abriram um canal de expressão pessoal para os usuários de internet que antes desta ferramenta ser popularizada simplesmente não existia.

A realização deste estudo pretende compreender melhor as características da comunicação que se estabelece através dos blogs e, mais concretamente, mostrar como esta ferramenta de comunicação é utilizada para que o indivíduo faça referência à sua própria identidade e à dos demais (o que é uma outra forma dele referir-se a sua própria identidade).

Ainda que a plataforma comunicativa dos blogs seja relativamente nova, já é possível identificar algumas de suas características principais através dos usos que os internautas fazem dela. Como em qualquer forma de comunicação, a adaptação ou utilidade desta ferramenta durante o tempo virá conforme a maneira com que ela for utilizada por seus usuários. O estudo de caso feito neste projeto revela alguma das características atuais e aponta tendências que podem ser adotadas por esse entorno comunicativo no futuro a curto prazo.

Interessa para esta investigação, em especial, os blogs pessoais que se mantiveram ativos e que ocuparam, durante o tempo da análise, as primeiras posições nos rankings de blogs pessoais na Espanha. Algumas destas páginas pessoais foram mantidas por espanhóis que vivem fora de seu país de origem e, outros, atualizados por pessoas que falam espanhol mas que são de outras nacionalidades.

O universo dos blogs é imenso. Para tentar dimensionar esta realidade, analisamos um dos relatórios sobre o estado da blogosfera – como costuma ser chamada a “comunidade virtual” composta pelos blogs – de David Sifry, fundador do conhecido site Technorati. As publicações de Sifry e de Technorati são as mais populares como forma de monitorar as atividades dos blogs na internet. Esses informes são publicados anualmente pelo site Technorati desde 2004.

O documento de Technorati publicado em março de 2007, ano em que começamos a analisar os dados para este estudo, revelava que naquela época existiam 70 milhões de blogs no mundo. Deste número, 55% podiam ser considerados

ativos, ou seja, que tiveram algum tipo de atualização em até três meses antes do estudo ser realizado.

Outro relatório, desta vez de setembro de 2008, já demonstrava um aumento significativo no número de páginas pessoais, identificando a existência de 133 milhões de blogs no mundo. Deste total, revelava Sifry, 7,4 milhões tinham sido atualizados nos três meses anteriores ao do monitoramento – o que equivalia a apenas 5,5% do número total. Outro estudo, este publicado pela agência Universal McCann em março de 2008, apontava para a existência de 184 milhões de blogs no mundo.

O relatório de Sifry/Technorati de setembro de 2008 informava também a média de 900 mil posts publicados no período de apenas 24 horas. Isso significa que a média de publicações nestes espaços foi de 37,5 mil posts por hora ou de 10,4 posts por segundo. Mas para a nossa investigação não nos interessa tanto os números gerais sobre a blogosfera, e sim mais a diversidade destes espaços de comunicação, que é igualmente grande, pois existem blogs sobre todos os temas e que abrigam características de publicações muito diferentes entre si.

Para recortar este universo vasto de blogs existentes, respeitando os objetivos desta investigação, foram escolhidos como objeto material do estudo apenas blogs pessoais. Ou seja, blogs que não se caracterizam por abordar um tema específico (como poderia ser informática, política, cultura, esporte, etc.) e que se caracterizam por tratar da vida pessoal e do entorno de experiências do autor da página estudada.

Desta forma, foram selecionados blogs que apresentam conteúdo que reflete os gostos, sonhos, desejos, o entorno de amigos, o entorno profissional e outras características do autor que mantêm uma página web atualizada na internet. Nos interessa compreender os mecanismos da comunicação e as bases da interação, por isso esse estudo não depende de medições quantitativas, e sim de uma análise qualitativa de um grupo de páginas pessoais que serve para ilustrar aquilo que se quer estudar.

Para o estudo de caso foram considerados como blogs de conteúdo pessoal aqueles que tem essencialmente uma produção de conteúdos própria. Além disso, os blogs têm que apresentar um conteúdo que revele aspectos da vida e do entorno de quem está escrevendo aquela página, ainda que o produtor de conteúdo pode estar falando ao mesmo tempo de esportes, política, cultura e outros temas, ainda que sempre através de um discurso carregado de personalidade e que apresenta, uma ou outra vez, dados de sua vida pessoal.

As páginas pessoais na internet, de amigos ou de familiares, são aquelas que os leitores de blogs mais procuram para ler, segundo o estudo da agência Universal McCann publicado em março de 2008. O documento revela que 72,8% das pessoas que tem acesso a internet dizem ter o hábito de ler blogs – um número impressionante e que chega a aproximadamente 346 milhões de pessoas no mundo. Deste total, 321 milhões preferem ler as páginas pessoais (aquelas do tipo diário). Do total de



internautas, 38,9% manifestaram ter a preferência de ler blogs de amigos ou familiares.

Um estudo mais recente da agência Universal McCann, publicado em 2012 tendo como base a consulta de 41.738 pessoas de 62 países, revelou que os participantes entrevistados empregavam cinco horas, em média, consumindo conteúdos de blogs nos sete dias anteriores à consulta. Os dados também mostram que os blogs pessoais aparecem em terceiro lugar entre os canais de comunicação mais utilizados pelas pessoas para saber mais a respeito da vida pessoal de outros indivíduos.

Segundo este estudo, cerca de 50% das pessoas mantém uma relação direta e virtual com outras pessoas através dos blogs. A mesma quantidade de indivíduos obtém esse tipo de informação através de fóruns, enquanto 55% tem esse tipo de conteúdo através de mensagens instantâneas e um 73% através as redes sociais (as chamadas social media).

Na mesma publicação da agencia Universal McCann, 75% das pessoas consultadas diziam ter o hábito de ler blogs, e uma em cada duas pessoas afirmavam ter começado o seu próprio blog. Estes dois dados ficara inalterados nos dois estudos anteriores, feitos nos anos 2009 e 2010, o que demonstra uma certa tendência de estabilidade no consumo e na publicação de conteúdos nos blogs, apesar do crescimento das redes sociais.

A escolha de blogs de espanhóis para esta investigação tem como justificativa o que este país representa na blogosfera no idioma espanhol e no contexto europeu. Segundo o estudo da agência Universal McCann, 77,8% dos espanhóis que tem acesso à internet mantêm o hábito de ler blogs. Espanha também ocupa o terceiro lugar entre os países que falam espanhol que mais acessam blogs – apenas atrás do México e de Porto Rico – e, além disso, a Espanha ocupa o terceiro lugar entre os países da Europa – atrás de Itália e da França.

Importante ressaltar também que, observando o que mais nos interessa o processo de nossa investigação, o documento de McCann revela que 41,4% dos internautas espanhóis mantêm blogs – Espanha se coloca, desta forma, apenas atrás do México (entre os países que falam espanhol) e se situa em primeiro lugar no âmbito europeu quando analisada a produção de conteúdos feita em páginas pessoais.

Em todas as tabelas do “Informe anual sobre o desenvolvimento da sociedade da informação na Espanha”, publicado pela Fundação Orange e que traz dados sobre este tema a nível mundial, a Espanha ocupa sempre um lugar de destaque como representante da língua espanhola. O número de blogueiros na Espanha chegaria a 4,2 milhões de pessoas, segundo McCann – o que equivaleria a 18% do total de internautas do país, segundo o informe de Orange.

Levando em conta que 64% das pessoas que escrevem em blogs no mundo falam de suas vidas pessoais, conforme o estudo da agência Universal McCann, para a nossa investigação teríamos uma população potencial aproximada de 2,6 milhões de blogueiros. Número que seria reduzido significativamente se focássemos apenas nas páginas pessoas ativas e que segue sendo atualizadas com frequência – apenas 5,5%

dos blogs costumam manter-se ativos segundo a análise de David Sifry. Além disso, se buscamos analisar somente os blogs que têm uma quantidade de leitores diários importante, esse número se tornaria muito menor.

Outra razão para escolher blogs que aparecem nos rankings espanhóis para este estudo é o meu interesse pessoal por esse país. Sou cidadã espanhola e brasileira, nascida no Brasil e com dupla cidadania espanhola. Conheço a cultura, os costumes e a realidade de parte da Espanha, já que morei por três anos em Madri, conhecendo outras cidades espanholas. Considero esse conhecimento importante para compreender a comunicação estabelecida pelos blogueiros que tem esta nacionalidade.

Por este estudo exigir conhecimento da cultura estudada, assim como das tendências comunicativas que estão em análise, escolhemos a análise que tem base também na etnografia virtual e em técnicas de análises de conteúdo.

Segundo a investigadora e escritora Christie Hine em seu livro “Etnografia virtual”, esta modalidade de investigação “implica em uma intensa imersão pessoal na interação mediada”. Tendo em conta esta observação de Hine, antes de começar a análise de conteúdo prevista nesta investigação de tese, foi necessário conhecer melhor o funcionamento e a dinâmica dos blogs. Para conseguir realizar este objetivo, atuei como autora de um blog com críticas de filmes na internet. Além de conhecer as possibilidades de publicação de conteúdos nos blogs, esta experiência permitiu explorar possibilidades de interação com os leitores dos conteúdos.

Além da etnografia virtual, utilizamos técnicas de análise de conteúdo para estudar as manifestações de identidade dos usuários dos blogs que foram selecionados como objetos de estudo.

Como escreveu Laurence Bardin em sua obra “Análises de conteúdo”, esse tipo de análise é um conjunto de técnicas de análise de comunicações que visam obter indicadores (quantitativos ou não) por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, permitindo a conclusão de conhecimentos relativos às condições para a produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

Utilizamos técnicas de análise de conteúdo para obter indicadores que pudessem ser úteis para estabelecer conclusões e averiguar a legitimidade de algumas hipóteses a respeito da comunicação estabelecida nos blogs e das manifestações de identidade dos autores destas páginas pessoais e de seus interlocutores.

Para descobrir quais eram os principais blogs pessoais na Espanha no período de análise para esta tese, tomei como fontes confiáveis os mais conhecidos e representativos rankings que determinam a influência e a importância dos blogs naquele país.

Além destes mecanismos de avaliação e medição, levei em conta outros rankings criados pelos próprios blogueiros e que respeitam medições internacionais que analisam popularidade, números de acesso e outros critérios para revelar os blogs mais visitados ou mais respeitados. Concretamente, este estudo foi baseado em dez rankings diferentes, que são os seguintes: Technorati, Alianzo, FeedBurner, Bitácoras.com, Alexa, Top.blogs.es, e aqueles criados pelos sites Obvious e Bitacoras.com.

Estudamos, desta forma, o blog pessoal Kirai.net, que conseguia se destacar em todos os rankings citados e que, além disso, seguia com um nível de atualização de conteúdos regular. Por ser o blog central desta pesquisa, ele foi considerado o “blog solar”. Depois desta primeira seleção, foi possível aplicar a técnica de amostragem de casos homogêneos, o que nos possibilitou a escolha de outras 40 páginas pessoais selecionadas a partir de comentários de seus autores como resposta de posts publicados em Kirai.net. Os comentários destes 40 autores forem escolhidos por apresentarem uma quantidade maior de manifestações de elementos de identidade, seguindo o exemplo do que o autor do blog solar também praticava na publicação de seus próprios conteúdos.

O blog selecionado inicialmente por ter uma posição de destaque nos rankings foi considerado “blog solar” porque foi através de sua análise que conseguimos chegar aos outros blogs estudados – que podem, por sua vez, serem considerados “blogs satélites”, já que eles orbitam ao redor do “blog solar”. Como em um sistema solar, o “blog solar” é o ponto em comum entre todos os “blogs satélites”.

O blog de Kirai.net se destacou em todos os rankings citados aparecendo sempre entre as primeiras posições. Observando somente os blogs pessoais, ou seja, aqueles que não se caracterizam pela publicação de conteúdos temáticos ou profissionais e sim por textos que tratam basicamente dos acontecimentos da vida do autor dos conteúdos, o blog Kirai.net apareceu sempre em primeiro ou no segundo lugar dos rankings citados.

Depois de selecionar o blog de Kirai.net, que é o principal blog para esta investigação, conseguimos chegar nos demais blogs selecionando os comentários mais extensos que foram publicados abaixo dos textos do blogueiro de Kirai.net e que comentavam os conteúdos propostos por ele.

Um critério decisivo para a escolha de um comentário e não de outro foi o de que a interação estabelecida deveria ser produzida com outro blogueiro, ou seja, que a resposta publicada para um post do autor de Kirai.net fosse publicada por uma pessoa que também mantém uma página pessoal possível de ser identificada na parte dos comentários através da divulgação de um link. Desta forma, chegamos a lista a seguir, que apresenta não apenas o “blog solar”, mas também os 40 blogs pessoais selecionados através dele, chamados de “blogs satélites”.

Os blogs selecionados para este estudo são os seguintes:

1. Kirai ([www.kirainet.com](http://www.kirainet.com)) – blog solar
  - 1.1. Campos de Fresas (<http://camposdefresas.blogspot.com/>)
  - 1.2. Kanyin bienvenido a la era UTF-8 (<http://kanyin.blogspot.com/>)
  - 1.3. La Vida en Rosa (<http://lavidaenrosa-yhamilet.blogspot.com/>)
  - 1.4. La habitación del fondo (<http://habitaciondelfondo.blogspot.com/>)
  - 1.5. Enekochan (<http://enekochan.blogspot.com/>)
  - 1.6. Blog and the City (<http://blognthecity.blogspot.com/>)
  - 1.7. Lusanagi's corner (<http://lusanagi.blogspot.com/>)
  - 1.8. L'Orecchio Perduto di Van Gogh (<http://vangoghslosstear.blogspot.com/>)
  - 1.9. Los desvaríos de Konamiman (<http://konamiman.blogspot.com/>)
  - 1.10. The David blog (<http://davidmari.com/>)
  - 1.11. Escucha japonés (<http://escuchajapones.com/>)
  - 1.12. Jarfil's blog (<http://blog.jarfil.net/>)
  - 1.13. (más) Historias de un abstracto (<http://fvalenciano.wordpress.com/>)
  - 1.14. Blog de Jokinsu ([www.jokinsu.com](http://www.jokinsu.com))
  - 1.15. MotomachiCakeBlog ([www.motomachicakeblog.com](http://www.motomachicakeblog.com))
  - 1.16. Drutz (<http://drutz.blogspot.com/>)
  - 1.17. El Pachinko (<http://elpachinko.com/>)
  - 1.18. Morgan's Bloggin' XP ([www.morganchin.es](http://www.morganchin.es))
  - 1.19. Fizban's diary (<http://dragoonhunter.wordpress.com/>)
  - 1.20. Negro's cave (<http://lordnegro.imobilis.org/>)
  - 1.21. What time sailing? ([www.whattimesailing.com](http://www.whattimesailing.com))
  - 1.22. Drop the leash (<http://the-leash.blogspot.com/>)
  - 1.23. Kalimotxo (<http://blog.kalimotxo.es/>)
  - 1.24. JIFF (<http://jiff1980.blogspot.com/>)
  - 1.25. Ikusuki (<http://ikusuki.blogspot.com/>)
  - 1.26. Time flies/Josecrem (<http://josecrem.wordpress.com/>)

- 1.27. Bajando al mono (<http://bajandoalmono.blogspot.com/>)
- 1.28. Genjutsu (<http://genjutsu.es/>)
- 1.29. Destellos desde Eonir (<http://eonir.wordpress.com/>)
- 1.30. Issis (<http://issis.wordpress.com/>)
- 1.31. El laberinto del chinotauro (<http://laberintodelchinotauro.zoomblog.com/>)
- 1.32. La cueva del metal & the freak cave (<http://zarkaslog.wordpress.com/>)
- 1.33. Enjoy the silence (<http://disfrutasilencio.wordpress.com/>)
- 1.34. The cute way... to craft (<http://thecuteway.blogspot.com/>)
- 1.35. Herzeleyd.com ([www.herzeleyd.com](http://www.herzeleyd.com))
- 1.36. T-navi (<http://t-navi.blogspot.com/>)
- 1.37. Hayakuu!! (donzo!) (<http://hayakuu.wordpress.com/>)
- 1.38. Intentando no morir en el intento (<http://galega.wordpress.com/>)
- 1.39. Blog de Arki 24885 (<http://arki24885.wordpress.com/>)
- 1.40. Foxblog (<http://humbertomena.blogspot.com/>)

## **1.2. Objetivos**

Nesta investigação temos a proposta de rastrear as manifestações de identidade que podem ser encontradas nos textos produzidos pelos autores das páginas pessoais e também nos comentários feitos pelos leitores dos blogs. Com isso, buscamos compreender melhor as características da comunicação estabelecida neste meio dos blogs e, desta forma, procurar compreender melhor como este mecanismo é utilizado para que as pessoas se refiram as suas próprias identidades e a dos demais. Para isto, estabelecemos uma série de objetivos que servem para guiar nosso trabalho de investigação.

### 1.2.1. Objetivo geral

O objetivo geral deste estudo de caso é o de analisar os sentimentos de pertencimento expressados em alguns dos principais blogs classificados como de

produção pessoal escritos na língua espanhola, assim como a criação de novas comunidades criadas ao redor do principal dos blogs estudados.

### 1.2.2. Objetivos específicos

Através da análise dos sentimentos de pertencimento a determinados grupos e coletivos será possível conhecer até que ponto a comunicação nos blogs tem, de fato, um caráter pessoal e que é marcado pela exposição da identidade de seus autores.

Os objetivos específicos deste estudo de caso são os seguintes:

1. Estudar o sentimento de pertencimento a grupos e coletivos dos produtores dos conteúdos dos blogs e das pessoas que visitam estas páginas e comentam os seus conteúdos. Estes sentimentos podem fazer referência a comunidades anteriores à publicação do blog ou a novas comunidades que foram criadas depois de ter sido iniciada a comunicação através dos blogs.
2. Conhecer o nível de personalização dos conteúdos. O blogueiro pode contar mais ou menos coisas de sua vida pessoal. Em alguns casos, através da expressão de crenças, de preferências políticas, dos gostos, da vocação para o trabalho, do entorno familiar e social, e outros aspectos pessoais, os produtores de conteúdo expressam um nível de personalização maior que outros. Com esta informação se poderia saber se existe alguma relação entre um nível de personalização maior dos blogs e uma participação mais ativa das pessoas que opinam sobre os textos publicados.
3. Conhecer os elementos mais frequentes com os quais os blogueiros manifestam a sua própria identidade (como afinidades e o pertencimento a grupos) e de que maneira a comunicação estabelecida através do blog por ele mantido lhe ajuda a expressar a ideia de que o autor forma parte de um coletivo, de um grupo ou que se sente como distinto dos demais. A característica dos elementos expressados e a frequência (ou ausência) com que estes elementos aparecem nos textos vai ajudar na compreensão das características e da dinâmica da comunicação através dos blogs pessoais desenvolvida atualmente.
4. Avaliar se a manifestação da identidade do blogueiro é determinante para a criação de uma “comunidade virtual” ao redor do blog que ele mantém. Dito de outro modo, se quando há uma quantidade maior de manifestações de identidade, existe também uma maior fidelidade e/ou uma maior participação de determinados leitores nos conteúdos do blog. Também se busca entender se a concordância de gostos entre blogueiro e os demais internautas é fundamental para que a comunicação prossiga ou, inclusive, para que ela seja feita.
5. Buscar os elementos da interação entre o blogueiro e as pessoas que comentam em seus textos/posts para descobrir até que ponto esta interação pode mudar o discurso de identificação do blogueiro com determinado grupo

social. Com esta análise se pretende descobrir se existem mudanças nas temáticas tratadas pelo blogueiro ou nos argumentos utilizados nos discursos feitos por ele depois que o autor da página pessoal tem interações com os internautas.

6. Analisar os níveis de interação entre diferentes blogs e se este contato acaba sendo determinante para que a “comunidade virtual” seja criada e mantida. A interação examinada neste ponto acontece tanto na relação do autor do blog com outras páginas linkadas em seu blog como nas ferramentas disponíveis para a participação dos internautas na página estudada – o que pode revelar o interesse ou a falta de interesse do blogueiro em manter um grupo de pessoas criando conteúdos e interagindo com o autor da página pessoal.
7. Estudar a “rede de contatos” e de links dos blogueiros para outros blogs e investigar, com isto, a criação de uma “comunidade virtual” que podia ou não existir antes da interação entre os participantes e os criadores ser estabelecida através desta ferramenta na internet. Desta forma buscamos analisar que tipo de relações existem entre o blogueiro e os criadores de sites recomendados por ele para saber com quem o autor mantém alguma relação antes de criar o seu blog e com quem ele começou a se relacionar depois de ter criado uma página pessoal na internet.
8. Averiguar se existe uma relação entre a personalização dos textos e o interesse das pessoas em seguir os conteúdos do blogueiro, o que caracterizaria o interesse pelos blogs como uma necessidade de conhecer os relatos pessoais de indivíduos que compartilhariam alguns gostos pessoais e teriam interesses em comum.

Nossa proposta é descrever a realidade da comunicação mediada por computadores e que está baseada na plataforma dos blogs. E, ao mesmo tempo, confrontar os dados extraídos a partir da análise de conteúdo com as formulações teóricas que orientam a definição dos objetivos deste estudo de caso.

Para isso, foi necessário fazer um repasse teórico que passou pela literatura especializada em diferentes disciplinas como as ciências da comunicação, a sociologia e a psicologia, para buscar dados sobre o processo de formação das identidades e suas possíveis mudanças, assim como procurar dados sobre a evolução da comunicação e dos hábitos das sociedades na era da informação especialmente quando internet joga um papel tão importante como nos dias atuais.

## Capítulo 2

### Estado da questão e marco teórico da investigação

#### 2.0. Apresentação

Antes de entrarmos em um estudo de caso e na análise de conteúdos para verificar hipóteses para cada um dos objetivos propostos por esta tese, é importante verificarmos o estado da questão e em que marco teórico este trabalho será embasado.

Como o objeto desta tese é entender melhor a comunicação através dos blogs, verificando a manifestação das identidades próprias de quem participa destes espaços de comunicação pública, assim como a importância da interação dos autores das páginas pessoais e de seus leitores, devemos verificar a literatura especializada nos temas relacionados com esse nosso foco de estudo.

No exame da bibliografia existente a respeito dos temas centrais desta investigação, foi necessário examinar distintos campos do conhecimento. Listamos os principais a seguir:

- Os estudos a respeito da evolução da comunicação pública e da comunicação de massas;
- Bibliografia relacionada a mediação no campo da comunicação;
- Investigações sociais a respeito dos impactos de internet na vida cotidiana das pessoas, especialmente no que toca a comunicação;
- Bibliografia relacionada com as interações sociais e o entorno social das sociedades modernas;
- Trabalhos que vinculam a identidade individual com a percepção de identidade coletiva e as manifestações destas identidades através da comunicação.

Além da busca de dados a respeito dos avanços científicos com estas distintas áreas que podem servir de base para a compreensão do objeto de estudo, nesse trabalho é fundamental delimitar as bases teóricas que vão sustentá-lo.

Por isso, na primeira epígrafe deste capítulo exploramos os supostos teóricos e os fundamentos epistemológicos que serviram de base para esta tese doutoral, levando em conta que a abordagem da comunicação mediada por computadores em relação a manifestação de identidades em espaços públicos se baseou nas seguintes premissas:

- A comunicação estabelecida nas páginas pessoais publicadas na internet – chamadas também de blogs – é um processo que busca informar determinados elementos pessoais de seu autor ou impessoais e que este



processo se desenvolve em um determinado contexto comunicativo e social;

- A manifestação de elementos de identidade pessoal dos autores dos blogs está mediada por elementos técnicos e comunicativos, além de integrarem uma realidade social da qual são ao mesmo tempo produto e possível agente transformador;
- A interação comunicativa tem o potencial de mudar sentimentos de pertencimento em espaços de comunicação pública;
- A análise da manifestação das identidades feita pelos autores dos posts dos blogs e aquilo que os internautas comunicam no mesmo espaço interagindo com esses autores deve ser compreendida no enfoque dialético, de comunicação mediada.

Centrado nestes pontos, todo o marco teórico em que se ampara esta investigação está fundamentado nas aportações de diferentes autores, especialmente nas de Manuel Martín Serrano, a partir da contribuição ao desenvolvimento da Teoría Social da Comunicação, a de Manuel Castells a partir da contribuição para o desenvolvimento da compreensão da Sociedade em Rede; a de Zygmunt Bauman a partir dos estudos a respeito da Modernidade Líquida; e a de Nicklas Luhmann na perspectiva da Sociedade de Risco.

Este capítulo está dividido em dois epígrafes:

- 1) no primeiro repassamos os conteúdos relacionados às tecnologias da informação e comunicação inseridas na comunicação de massas, o surgimento dos blogs dentro deste contexto de comunicação de massas, a importância da interação e da mediação para a formação de comunidades virtuais, a expressão das identidades e o pertencimento às comunidades virtuais, a apresentação do indivíduo na internet e as manifestações de identidade e os efeitos das novas tecnologias na compreensão destas identidades;
- 2) e no segundo epígrafe tratamos do surgimento da comunicação pública, como ela foi institucionalizada, o surgimento da comunicação de massa, os processos de formação das identidades dos indivíduos e a importância da comunicação e da interação para a formação destas identidades.

## **2.1. A internet e os blogs como plataformas de interação e de manifestação de identidades**

### **2.1.1. O surgimento dos blogs e sua transformação em ferramenta de comunicação de massas**

Os blogs se definem em função da ferramenta que os torna possíveis. Como com os wikis, os blogs se desenvolvem baixo a mesma filosofia que deu impulso aos programas de software livre, o que contribui para criar, no final dos anos 1990, diferentes aplicações que facilitam em grande medida o processo de edição e publicação de conteúdos.

O termo weblog vem da contração das palavras web e log. Elas se definiram como páginas web constituídas por textos, artigos, comentários ou resenhas de um ou de vários autores e ordenados de forma cronológica e de forma inversa: o mais recente na parte superior do site na internet.

Uma das principais vantagens destas ferramentas de gestão de conteúdos é que elas permitem separar quase tudo o que está relacionado ao desenho, edição e publicação de conteúdos da criação de conteúdos em si.

Desta forma, os blogs funcionam igual e se criam da mesma maneira que os grandes portais e meios digitais que funcionam mediante bases de dados: o usuário cria ou adapta umas propostas de desenho pré-estabelecidas e define uma estruturação de conteúdos determinada; a base dados se encarregará de integrar o conteúdo no desenho e a arquitetura da informação configuradas pelo usuário, que a partir deste momento não tem o porquê preocupar-se com nenhum aspecto relacionado a própria criação de conteúdos para a web. Com esta ferramenta o usuário pode criar um meio de comunicação de massas ou uma página pessoal.

De acordo com os autores de We Blog Publishing Online With Weblogs, este tipo de página web surgiu de maneira espontânea em diversos sites ao redor do mundo. De um simples diário na web, os blogs se tornaram ferramentas de publicação editorial e de opinião utilizadas por milhões de pessoas.

O primeiro blog de que se têm notícia foi criado em janeiro de 1992. Foi a página What's New in '92, utilizada para a divulgação dos avanços tecnológicos que ia ocorrendo na internet. Depois, em 1997, Dave Winer desenvolve o software necessário para a criação de um blog e Jorn Barger cria o termo weblog para referir-se ao jornal online RobotWisdom, além de começar uma página pessoal na internet. No começo do ano de 1999, o site The Page of Only Weblogs identificava a existência de apenas 23 blogs.

O primeiro gênero narrativo de blogs criado foi o postlink, segundo Fábio Malini (2007). A característica principal destas páginas era a de publicar páginas relevantes na web, seguindo a cultura hacker de compartilhar informações úteis ou de interesse. Desta maneira, os primeiros weblogs serviram como uma espécie de filtro da web. De aí surgiu o costume de um blogueiro linkar a outro blogueiro.

Em 1999 começa a popularização dos blogs com o surgimento da plataforma Blogger, que disponibilizava um software que tornava automática e sem custos a publicação de páginas pessoais – dispensando o conhecimento da linguagem HTML pelos usuários comuns. Com esta mudança, o formato mais comum de páginas pessoais se caracterizava por apresentar conteúdos curtos, com atualizações contínuas – chegando a uma ou mais vezes por dia – com a presença de muitos hiperlinks e com a característica do conteúdo mais recente sendo apresentado na página principal do blog.

Na avaliação de Alberto Ortiz de Zárate (2008), conforme a utilização dos blogs foi se popularizando, estas páginas tiveram vantagem frente a outros recursos porque apresentavam um caráter bidirecional da comunicação e a facilidade para formar redes com outros blogs e outros meios de comunicação.

Os blogs fazem parte da comunicação pública porque as páginas pessoais estão disponíveis no espaço público da web, além de que eles se caracterizam como produtos comunicativos de negociação, debate e de interesse público já que eles plasmam a forma de pensamento de seus autores que, por sua vez, fazem parte da sociedade civil.

Além disso, os conteúdos dos blogs estão disponíveis na web, o que torna o público destas páginas como uma massa anônima e que, por isso, pode abrir pessoas conhecidas do autor da página na mesma medida que pode atrair pessoas desconhecidas deste autor.

As páginas pessoais também se caracterizam como comunicação interpessoal porque incentivam a participação de mais pessoas naquele contexto de página pessoal. Desta forma, se estabelece uma conversão entre o autor da página e um ou mais interlocutores, em uma interação direta que caracteriza a comunicação interpessoal.

Ainda que se estabeleça esta comunicação direta entre dois ou mais indivíduos, muitos deles que passam a ter um contato frequente, ela não está acessível apenas para as pessoas que interagem na comunicação, mas se torna disponível para qualquer um que frequente a página pessoal – o gênero blog se caracteriza por ser uma modalidade de comunicação pública e, ao mesmo tempo, interpessoal.

Os blogs também estão inseridos na comunicação que utiliza meios técnicos para fazer-se possível porque necessita de computadores e da rede mundial formada por eles para fazer-se possível, além de exigir que as pessoas manuseiem o conhecimento básico destes recursos tecnológicos para acessar a seus conteúdos.

Mediante os links a sites externos e os links e comentários que recebe, cada blogueiro se insere dentro de uma comunidade ou “vizinhança”, conformado por estes vínculos comuns e pela familiaridade que adquire com o seu grupo de referência.

Os blogs podem ser divididos em três grandes categorias, segundo Rebecca Blood (2000):

- Filtros: os conteúdos estão centrados na recomendação de links. O autor realiza um trabalho fundamentalmente de busca e seleção de conteúdos interessantes em torno a uma questão em concreto ou em função de suas preferências em cada momento. Sua função é explicar o mundo, justificando eventualmente o pertencimento de sua seleção mediante comentários mais ou menos breves nos quais explica a temática e a procedência de cada link, assim como os motivos que fazem os seus conteúdos serem interessantes. Exemplos: Librillo, E-cuaderno e Livro de Notas.
- Diários: neste tipo de blogs o autor fala fundamentalmente de si mesmo, de seus sentimentos e atividades. A função deste blog é compartilhar a vida do autor com os seus leitores. O autor, portanto, se explica a si mesmo. Um dos casos de diário mais famoso é o de um iraquí residente em Bagdá durante os meses prévios a invasão do Iraque em 2003 e que escrevia os seus comentários em inglês narrando como vivia com os bombardeios, a confusão informativa, etc. Outro diário que ganhou notoriedade foi Baghdad Burning, criado por uma mulher iraquí.
- Notas: neste tipo de blog o autor expõe fundamentalmente as suas opiniões, comentários e análise sobre os temas mais variados. O autor, desta forma, interpreta o mundo. Nos blogs de notas é tão importante o que o autor diz quanto os comentários originados a partir de seus textos. Exemplos: Diario de un aspirante a tertuliano, Desde la Atalaya e Microsiervos.

O mais comum é encontrar produtos híbridos destas tendências. O critério real que determina o êxito ou o fracasso de um blog é a credibilidade ante os leitores, já que estão em um contexto em que o paradigma da nova mediação multiplica o número de vozes, mas ao mesmo tempo dilui a sua autoridade ao haver fraturado o sistema de controle editorial prévia a difusão pública de informação segundo Orihuela (2005).

Para o teórico Yochai Benkler (2006), o surgimento dos blogs reforçou a esfera pública. Diferente dos meios de comunicação de massa, que limitam quem pode contribuir a esfera pública e especificam que informação pode estar disponível, normalmente buscando um denominador comum mais baixo porque visa ao grande público, internet propicia que mais pessoas possam entrar na conversação com diferentes níveis de informação compartilhada.

Segundo o teórico, internet tem hoje uma influência positiva na esfera pública devido em grande parte a ferramentas de uso simples e de edição de baixo custo como são os blogs.

### 2.1.2. O interacionismo simbólico e a análise da comunicação nos blogs

O interacionismo simbólico é um termo criado por Herbert Blumer em 1937 e que ganhou protagonismo na Universidade de Chicago entre os anos 1930 e 1960 – ainda que o termo em si parece não ter chegada a tornar-se popular entre os investigadores associados aquele centro até a década de 1970.

O interacionismo simbólico tem suas raízes intelectuais baseadas principalmente na escola pragmática americana. Seus diferentes capítulos se vincularam, principalmente, ao trabalho de Mead (que tem importância particular para Blumer e seus seguidores) e também de Cooley – assim como de James, Dewey e Park.

Para Blumer, os seres humanos atuam para as coisas sobre a base dos significados que as coisas têm para eles. O significado destas coisas deriva da interação social. Estes significados se manejam e se modificam através, e o processo de interpretação utilizado pela pessoa que lida com as coisas encontradas.

Quando Goffman (1997) põe ênfase na centralidade da comunicação e na maneira em que a sociedade está organizada através da atividade, o autor mostra que ao ser examinadas de perto as interações diárias é possível perceber que existem complexidades ocultas dentro das práticas relacionais dos indivíduos cuja natureza normalmente se dá como certa.

Um ponto fundamental do trabalho de Goffman se estabelece a partir da análise minuciosa das situações de interação específicas para a análise linguística, a construção de gênero e a relação entre as interações interpessoais que o autor estudou. Ganha importância particular neste sentido o Frame Analysis no qual Goffman tenta oferecer uma visão sistemática da forma com que as interações interpessoais são “marcadas”.

Para Brake (2009), na análise da prática da escrita nos blogs pessoais, um dos problemas mais surpreendentes é entender a relação entre os blogueiros e as pessoas que podem ler os seus trabalhos. O autor observa que como um blog é em si mesmo um dispositivo de transmissão e que não proporciona muita indicação do que a pessoa pode estar lendo, caberia esperar que os blogueiros escreveriam com a devida atenção em relação a ameaça que poderia estabelecer-se para si mesmos ao escrever neste entorno, mas isto dependeria de uma atenção contínua dos leitores não desejados diante dos hábitos dos discursos interpessoais que assumem e dão por certa a segregação de suas interações cotidianas das demais pessoas.

Ball-Rokeach e Reardon (1988) argumentam que a comunicação telológica (característica da comunicação mediada por computadores) exhibe algumas características da forma de comunicação interpessoal e algumas das características da forma de comunicação de massas. Os autores afirmam também que a ideia da comunicação telológica é simplesmente uma mescla de formas interpessoais e de massas não pode dar conta de todas as diferenças entre este tipo de comunicação e as demais.

As características técnicas dos blogs, segundo Brake (2009), parecem favorecer a comunicação telológica, como por defeito uma publicação no blog estar disponível a um público não específico e ilimitado, e ela convida a uma resposta dos leitores – já seja através da seção de “comentários” para cada post ou através de e-mail e outros dados de contato que podem ser proporcionados pela página “perfil” do blog.

Diversos autores tratam da importância da interação entre os blogueiros e as pessoas que visitam as suas páginas pessoais. Nardi (2004), por exemplo, afirma que os blogs são uma estudada parceria de comunicação entre o blogueiro e sua

audiência. Os blogueiros consideram a atenção do público, os comentários e sentimentos deste público enquanto escrevem, de acordo com o autor.

Diferente de Nardi, Halavais (2005) argumenta que um grande número de blogueiros poderiam ser classificados como murmuradores, já que eles parecem publicar blogs para um vazio, sem observações óbvias para o leitor.

Mas existem diferenciações importantes na forma com que a comunicação se desenvolve. Como observa Thompson (2008), em situações cara a cara, os interlocutores podem (e costumam ser obrigados) a ter em conta as formas com que outros respondem ao que eles dizem e, assim, modificar as suas ações e declarações posteriores a luz destas respostas. Na medida em que a interação mediada (tal como uma conversa telefônica) é dialógica, também se aplica o controle reflexivo das respostas dos demais, ainda que os mecanismos simbólicos e sinais que estão à disposição dos participantes para estes fins são geralmente mais restritos.

Pelo contrário, os produtores em situação de quase-interação mediada carecem da retroalimentação contínua e imediata que lhes permite determinar se e como suas mensagens são recebidas e entendidas. Isto, segundo Thompson, lhes permite determinar o curso e o conteúdo da quase-interação sem necessitar ter em conta a resposta do destinatário, mas isto também é uma fonte potencial de incerteza e angústia.

Na avaliação de Brake (2009), no contexto da publicação dos blogs pessoais não está claro quais são os “bastidores” das interações mediadas que deveriam ser ou em que base que poderiam ser construídas. Na revisão da literatura que ele fez, o autor sugeriu também que este tema recebeu pouco atenção acadêmica.

Dada a considerável incerteza sobre a forma com que se recebem os blogs pessoais por parte de seus leitores, não está claro até que ponto os blogueiros pessoais podem de fato ser afetados através da recepção dos demais de suas publicações nos blogs alheios ao seu contexto previsto, ponderou Brake.

Uma das razões principais da escolha da publicação em blogs pessoais por Brake como tema relevante era que o aspecto “pessoal” de manter o blog implica, precisamente, a comunicação de uma informação social (diferente de, por exemplo, blogs que se caracterizam pela difusão de notícias sobre um tema determinado de interesse geral de maneira anônima) e a falta de controle sobre a informação que caracteriza a maioria dos blogs é uma das mais chamativas características desta forma de comunicação.

O autor também comenta a importância do estudo da mediação de tecnologias como ambientes culturais (derivada da teoria dos meios) no lugar de simplesmente como condutores para o conteúdo devido as mudanças no comportamento que se derivam das novas situações comunicativas.

### 2.1.3. Interação, mediação e a formação de comunidades virtuais através da comunicação mediada por computadores

As ferramentas digitais que surgem a cada momento na sociedade da informação que utiliza internet estimulam a integração dos meios e os conteúdos de texto, gráficos, visuais ou auditivos que se transmitem através destes meios. As interfaces utilizam o potencial dos sistemas em rede para prover a informação que o usuário necessita para que estas ferramentas digitais sejam utilizadas.

Neste contexto, o multimídia muda a forma com que as pessoas pensam quando interagem com os computadores. Antes a percepção nos computadores se formalizava visualmente a partir de números e textos, mas agora os smartphones, os sistemas multimídia e as estações de trabalho ou os vídeos interativos implicam a todos os sentidos do usuário. Desta forma, o usuário se sente obrigado a participar ativamente no sistema. De aí surge o conceito de interatividade que, de acordo com Von Wodtke (2000), implica em ver e fazer, diferente da simples observação do que acontece. Os sistemas multimídia facilitam a interação, através de um amplo leque de meios digitais.

Para navegar e trabalhar de forma interativa, os usuários que trabalham com as interfaces dos computadores devem desenvolver habilidades mentais específicas. É necessário, por exemplo, saber explorar as ideias, observar, selecionar e escolher a informação presente nas redes e intercambiar comunicações e mensagens através dos sistemas.

Ao explorar os recursos disponíveis na internet, os usuários utilizam a rede de computadores como espaço social que se estrutura com base nas comunidades que podem ali intercambiar opiniões sobre um tema determinado, expressam desejos ou necessidades ou apenas estabelecem relações.

Seguindo esta perspectiva, internet contém um conjunto de comunidades virtuais formadas por pessoas que pensam de um modo similar ou que buscam vivências específicas e que se reúnem com alguma frequência com o objeto de buscar benefícios comuns e padrões de identidade cultural que proporcionem segurança para o grupo.

No ambiente de internet, o hipertexto promove uma leitura descontínua e que não segue a lógica de narrativa clássica e em linha. Em razão da interatividade, o leitor pode dialogar com o conteúdo hipertextual, atuando para modificá-lo ou recortá-lo. Lévy classifica e propõe modelos de análise para a interatividade de acordo com os vários meios e dispositivos comunicativos.

Entre os recursos interativos mais utilizados, destaca-se o e-mail, os fóruns de discussão, as newsletters, as enquetes, os chats e a personalização ou customização dos conteúdos de acordo com a necessidade e os interesses dos usuários. Em um blog pessoal, por exemplo, a interatividade é exercida principalmente por meio dos comentários dos internautas que visitam aquela página web.

Inicialmente, o sentido de comunidade na Rede se fomenta nos fóruns, nos chats ou por e-mail, recursos utilizados pelas pessoas para trocar opiniões sobre temas de interesse comum. Internet proporciona ferramentas que permitem que as pessoas conformem comunidades e facilita, graças a interatividade em tempo real, a interconectividade imediata entre os membros da mesma comunidade.

Na avaliação de Howard Rheingold (1993), as comunidades virtuais habitam internet como “agregadores sociais” que surgem quando várias pessoas discutem em público e durante um determinado tempo suficiente para gerar redes de relações pessoais no espaço cibernético.

Mais que a plataforma, para os teóricos John Hagel III e Arthur G. Armstrong (1997), as comunidades virtuais se configuram de acordo com as pessoas porque são os usuários que proporcionam um ambiente atrativo, um espaço de relações interativas que geram uma atmosfera de confiança, um lugar real que pode satisfazer necessidades básicas dos usuários como interesse pela informação, relação com os outros, múltiplas fantasias e possibilidades de transição e intercâmbio.

Uma comunidade pode ser um lugar físico, emocional e/ou mental aonde as pessoas vivem e que se torna mais forte e vital conforme as pessoas desenvolvem interações e relações entre si. Atualmente a noção de comunidade transpassa as limitações naturais, geográficas ou linguísticas.

Segundo Douglas Schuler (1996), o conceito comunidade ou o significado de pertencer a um coletivo pode significar três perfis: “gente que vive junta”; “pessoas que trabalham a partir de interesses compartilhados” como trabalho, jogo, encontros, discussões ou comida; ou “como pertencimento a uma unidade social”.

Na avaliação de Barry Wellman (1999), a função de apoio que as comunidades cumprem para um grupo de amigos ou uma família é mais importante que o componente cultural porque as comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um sentimento de pertencimento e uma identidade social.

As redes eletrônicas atuais são máquinas de comunicar que dão outros significados aos conceitos tradicionais de comunidade. As comunidades virtuais podem originar-se nas agrupações sociais já existentes ou surgir no ambiente da Rede apoiadas nas ferramentas tecnológicas sem limitar-se a distância geográfica. Para Schuler (1996), a tecnologia criou um espaço democrático de participação com sistemas fluídos e com “suficiente largura de banda conceitual” para adaptar-se aos interesses comerciais e ajudar a solucionar os problemas da comunidade.

Para o teórico, uma nova comunidade requer um conjunto de valores inter-relacionados para manter a sua unidade. São eles: convivência e cultura; educação; forte democracia; saúde e bem estar; equidade econômica, oportunidades e sustentabilidade; informação e comunicação.

O caráter que cada comunidade imprime a sua agrupação, a maneira como os seus integrantes compartilham a informação e como se gera a participação ativa de seus membros determina o desenho da comunidade virtual.

A comunicação mediada por computadores nas plataformas virtuais tem três aspectos, segundo Rheingold (1991): elas criam uma nova linguagem, um vocabulário visual e interativo que se enriquece com a participação ativa de diferentes pessoas; as relações que se estabelecem pessoa a pessoa oferecem uma nova possibilidade de comunicação que pode romper barreiras sociais e geográficas através da interação; e



a possível combinação de sistemas de comunicação em uma sociedade democrática pode fazer com que os monopólios sejam desafiados para o surgimento de um “ágora eletrônico” que possibilite a participação a um amplo número de pessoas e grupos sociais marginalizados.

A origem das comunidades virtuais se remonta ao princípio do trabalho com as redes de uma maneira colaborativa. De acordo com a consolidação da internet, as redes cidadãos e os outros tipos de comunidades que surgem demonstram que se está conformando um novo tipo de sociedade baseado na telemática e na transferência de informação e conhecimentos que aprofundam as relações sociais.

Internet é o primeiro meio com abrangência massiva que permite a horizontalidade nas comunicações e que consegue uma simetria entre produção e recepção de conteúdos. Desta forma, internet altera a ecologia dos meios, argumenta Piscitelli (2002).

As novas tecnologias apresentam pelo menos três características que apontam para a transformação dos conteúdos em Rede: a interatividade ou a possibilidade de navegação e imersão em múltiplos fluxos de informação; a mutabilidade ou a possibilidade de modificar os conteúdos através das entradas e saídas; e a hipermedialidade ou a possibilidade de integrar conteúdos fixos, como textos, fotografias e gráficos, com móveis, como animações e vídeos, assim como sons e espaços simulados. Este novo cenário dá a possibilidade de entregar ao usuário o controle sobre os conteúdos multimídia.

#### 2.1.4. A expressão das identidades e o sentimento de pertencimento nas comunidades virtuais

Os usuários das comunidades virtuais constroem identidades online e desempenham papéis específicos dentro destes ambientes segundo Sherry Turkle (1997). Estas comunidades permitem às pessoas gerar experiências, relações e identidades através da interação com a tecnologia.

As múltiplas identidades que se podem adotar nas comunidades virtuais são produto da necessidade de pertencer a grupos por parte de pessoas necessitadas de comunicação e auto exposição porque “a ideia da realidade contra-ataca” segundo Turkle. Isso porque as pessoas que vivem vidas paralelas na tela do computador estão limitadas pelos desejos, dores e mortalidade das identidades físicas. Ou seja, as comunidades virtuais não negam ou se opõe às comunidades físicas.

As pessoas acabam formando no ambiente da internet as redes sociais individuais de vínculos interpessoais informais que Wellman (1999) define como “comunidades pessoais”. Neste ambiente, a maioria dos laços são especializados porque as pessoas constroem as suas relações de uma maneira seletiva.

De acordo com Manuel Castells (2006), internet facilita o desenvolvimento de múltiplos laços débeis que facilitam a relação das pessoas com diferentes

características sociais, ampliando deste modo a sociabilidade mais além das fronteiras socialmente definidas de auto reconhecimento.

As redes sociais interpessoais criadas na internet se caracterizam por apresentar uma natureza assíncrona, encurtam as distâncias a baixo custo, permitem o múltiplo pertencimento a outras comunidades e reforçam a tendência a “privatização da sociabilidade” segundo Castells. Ou seja, a construção de comunidades pessoais que permitem o estabelecimento de redes sociais em torno dos indivíduos.

O fundamental nas comunidades virtuais é sua nova forma de representar “presença”, de um indivíduo fazer-se presente ante outras pessoas, de estarem “juntos” de uma forma virtual, segundo Philippe Quéau (1998). Para o teórico, os termos de “presença” e “representação”, antagônicos na vida real, perdem suas contradições com a telepresença e as comunidades virtuais.

Como resultado de alguns estudos sobre assentamentos populares na América Latina, Castells observou que a proximidade geográfica perdeu sua preeminência na constituição das relações sociais. A gente, desta maneira, não constrói seu significado nas sociedades locais, não porque careça de raízes territoriais, e sim porque seleciona as suas relações sobre a base de suas afinidades.

Uma das conclusões obtidas pelo teórico é que as redes substituem os lugares para a sociabilidade, tanto em zonas periféricas como nas cidades. Ainda que a família seja importante para a consolidação dos laços mais estreitos, o espaço físico, o lugar de residência, o bairro ou a cidade em que a pessoa nasceu ou vive não se apresentam tão importantes.

Frente a um novo quadro social, a tecnologia foi adaptada para que internet seja o meio efetivo para manter os laços sociais débeis e para contribuir a manter os laços sociais fortes na distância. Desta forma, os indivíduos constroem as suas redes de acordo com os seus interesses e projetos, e quando estas redes se consolidam, conformam as comunidades virtuais diferentes das comunidades reais. É possível observar a integração entre estas redes, com um desenvolvimento híbrido de comunicação no qual se juntam o lugar físico e o ciberlugar, segundo Castells.

As redes digitais criada em internet se converteram em espaços aonde as pessoas podem discutir inumeráveis temas que vão desde os descontentamentos até as crenças religiosas ou o pertencimento étnico. De acordo com Castells, internet se transformou na infraestrutura para a nova organização social em rede.

A relação criada a partir da implantação massiva dos meios de comunicação na sociedade, sobretudo da televisão, é chamada de sociabilidade mediática por John B. Thompson (1998). Essa sociabilidade permite que o receptor estabeleça vínculos de afeto, proximidade, amizade e, às vezes, quase de familiaridade com os protagonistas dos meios, que lhes são anônimos na medida em que o mais provável é que nunca chegue a estabelecer-se contato direto entre eles.

Os processos de comunicação interpessoal com mediação tecnológica além de multiplicar a possibilidade de relação com os contatos habituais, como as pessoas da família, os amigos, os laços afetivos e profissionais, permitem novas formas de

proximidade e de intimidade recíproca com um outro desconhecido e incerto, estabelecendo-se novos modos de encontro e relação, intercâmbio e cooperação.

Todo este cenário poderia transformar a sociabilidade mediática de Thompson em sociabilidade virtual, que faz possível, por exemplo, depositar a confiança em sujeitos anônimos. Para os investigadores María Dolores Cáceres, José A. Ruiz San Román e Gaspar Brändle (2009), esta sociabilidade virtual baseada em termos dialógicos que não de visibilidade, constitui o novo espaço aonde se constroem e se transformam as formas da sociabilidade e a negação do eu. Afeta também as condições em que se desenvolve o sentido da historicidade ou pertencimento do sujeito a um determinado grupo humano.

As pessoas na internet se apresentam para os demais desde uma personalidade digital, ou seja, um perfil. De acordo com Goffman (1997), o sujeito se converte em “personagem com uma fachada social” que põe em cena a vontade quando interage virtualmente no ciberespaço, definindo sua identidade desde sua página pessoal. Seguindo esta linha, Francis Pisani e Dominique Piotet (2009) afirmam que os perfis são como personalidades digitais. São a representação digital pública da identidade.

Esta apresentação elaborada pelo usuário da internet permite mostrar uma imagem desejável de si mesmo desde a que se aspira a ser percebidos e a partir da qual se recebem as respostas de amigos e contatos, que permitem modificar e adequar dita imagem a como ele quer ser tratado.

Os atos primários envolvidos na comunicação mediada por computadores são a leitura e a escrita. Para Jones (1997), a comunicação mediada por computadores nos permite personalizar nossos contatos sociais a partir de comunidades fragmentadas assim como planejar, organizar e fazer eficientes nossos contatos sociais. E seguindo a linha de Beniger, ela pode ser a prova da “pseudo-comunidade” que parte do reverso de uma antiga-centenária tendência da comunidade orgânica – baseada em relações interpessoais – a associação impessoal integrada por meios de massa.

Para a investigadora Mariana Della Dea Tavernari (2009), um diário virtual – o blog pessoal – é um objeto que expressa as múltiplas condições da pessoa humana como ser social, discursivo e psicológico, já que esta página na web demonstra a capacidade deste indivíduo de recortar a realidade por operações de nomeamento e representação, permitindo a ele fazer alusão a um cotidiano passado e a outras imagens mentais que apenas adquirem um sentido ao se materializarem verbalmente, como que em um diário.

O diário virtual, que é um tipo de experiência autobiográfica, se apresenta, assim, como linguagem representativa da realidade, de uma experiência vivida, ao mesmo tempo que consiste em uma experiência de linguagem. Para Dea Tavernari (2009), estes diário também são espaços de expressão da subjetividade, por se apresentar como ferramenta que permite aos indivíduos a criação de imagens e efeitos de significado ao redor de uma identidade estável e singular.

Como relatos de um mesmo, os diários virtuais promovem um exercício sobre o autor de seus conteúdos. Estimulando esta prática, os blogueiros permitem a abertura

do olhar para o outro, prática de duplo trabalho que implica em introspecção: trabalho de si por si mesmo e de si para o outro, segundo a investigadora.

#### 2.1.5. A apresentação do indivíduo nos novos espaços de comunicação mediada por computadores

O investigador Carlos Arcila (2010) estudou a manifestação das identidades de um grupo de pessoas nos dois espaços que permitem e incentivam a interação: a rede social Facebook e os blogs pessoais de parte dos indivíduos que foram foco da investigação.

Arcila analisou os perfis de 25 estudantes em Facebook que tinham participado de uma investigação anterior feita por ele. Entre os objetivos do investigador nesta nova análise na rede social mais popular do mundo estava conhecer que tipos de elementos (as pessoas) comunicam sobre sua identidade e estabelecer a relação entre o esforço dedicado a sua apresentação e a presença de “os-outros”, neste caso, o número de amigos ou contatos que podiam ser vistos em seu perfil.

Com respeito aos elementos identitários expostos, Arcila concluiu que há certas unidades de informação identitária mais presentes que outras, tanto no que tem que ver com o uso destas categorias como com o tempo investido em sua produção. Os tipos identitários mais identificados foram as categorias “pertencimento a grupos sociais ou associações” e “gostos”. Ao mesmo tempo, categorias como “cor de cabelo, cor de pele, estatura, peso, grupo étnico, classe ou extrato sociocultural, hábitos e informações sobre o passado” não foram produzidas nunca por nenhum dos participantes no perfil de Facebook.

A investigação de Arcila observou também que o tempo investido para a produção das categorias pertencimento a grupos sociais ou associações (3298 palavras) e gostos (1119 palavras) é claramente maior ao resto dos tipos identitários.

Refletindo sobre os dados encontrados, o teórico observou que tanto pertencimento a grupos sociais ou associações como gostos são categorias identitárias que não foram impostas ao indivíduo, como podem ser a idade ou o sexo; diferente disso, são categorias mais flexíveis que foram escolhidas pelos mesmos indivíduos e que tendem a mudar com o tempo.

Para Arcila, dedicar um “maior esforço comunicativo” na apresentação do indivíduo no Facebook para pertencer a grupos sociais, muitas vezes efêmeros, orienta o olhar para um elemento muito presente nos entornos virtuais que é o fato de que passamos a pertencer rapidamente a múltiplas comunidades virtuais, conectadas entre si, que finalmente atuam como redes comunicacionais que permitem a interconexão simbólica entre os autores da comunicação e potencializam a explosão identitária.

Em outras palavras, nas redes sociais o investigador observa como os indivíduos apelam a seus sentimentos de pertencimento para identificar-se, um pertencimento

muito distinto a geografia, expressando um desejo de pertencimento a tantas redes como seja possível, redes estas que não requerem compromisso e nem constância.

Outra possibilidade exposta por Arcila é que o desejo de pertencimento expressado nesta altíssima porcentagem pode estar relacionado com o fato de que a motivação principal que tem os sujeitos para entrar a fazer parte de uma Rede Social é precisamente o se expor e deixar-se ver ante os-outros.

Analisando a relação entre o esforço comunicativo e o número de amigos na apresentação pessoal que tem lugar nas redes sociais, Arcila concluiu que existe uma relação entre uma maior presença de outros alteres com uma maior comunicação da identidade pessoal dos indivíduos. O investigador prossegue observando que isto tem a ver com o que os sujeitos parecem mostrar mais de si na medida em que estão na busca de novos amigos ou que esperam manter aos contatos que já tem.

#### 2.1.6. As identidades no contexto das novas tecnologias da informação

Hoje em dia a realidade que apoia a que podemos chamar “tangível” seria aquela que se define na relação computador-usuário, edificada sobre as bases da virtualidade e o simulacro dando lugar a um novo entorno sociocultural (ciberespaço).

O rizoma poderia ser uma boa representação do que o indivíduo é hoje em dia na análise de Sandra Bustamante Parodi (2010). De lógicas múltiplas, deixando conviver dentro dele uma série de vários personagens, cheio de informação que deve processar da melhor maneira, criando caminhos sem certezas, fragmentado.

Referir-se ao rizoma remete quase de forma imediata ao conceito de hipertexto. A um sem fim de bifurcações e acessos sem uma hierarquia pré-determinada. A tendência dos meios de comunicação de subsistir realidades repercute no indivíduo gerando o sentido de fragmentação, produto deste jogo ao que estamos expostos pelas novas tecnologias.

O eu como único e indivisível cede espaço para múltiplos personagens (todos eles importantes) que coabitam o interior de um único indivíduo. O eu obedece a lógicas múltiplas e contraditórias entre si, cada qual compõe a “carta” os elementos a confluir-se em sua existência. Um tanto de maneira lúdica, os cibernautas sem importar idade, alugam os roles de outros, permitindo para eles provar as diferentes facetas daqueles que eles poderiam tentar ser – ou não ser – em um futuro imediato.

O anonimato que oferece, neste caso o mundo virtual, é um fator básico que permite não apenas aos adolescentes a exploração das distintas identidades que confluem no eu. O que para muitos cibernautas pode ser considerado apenas uma mudança de nome próprio pelo nickname, vai além disso.

Passando o que inicialmente tomava formas lúdicas, o anonimato e o sem fim de comunidades virtuais, oferecem a oportunidade de “renascer” de acordo aos requerimentos pessoais. Com esta “segunda via” exploramos – às vezes de forma

consciente, às vezes não – de nosso interior para jogarmos na tela segundo Parodi. Consolidamos personalidades muitas vezes limitadas por imposições da sociedade.

Fazer parte de internet é formar parte de uma conversa eterna, já não mais entre duas pessoas e sim entre uma pessoa e o mundo. Internet forneceu um novo contexto para a exploração da identidade, o mundo virtual proporciona um lugar para explorar o complexo jogo das relações tão flexível como potencialmente anônimo.

A linguagem na internet representa um novo tipo de discurso que é formado pela criatividade e a inovação das comunidades de usuários. Então este discurso emergente pode ser usado para expressar as identidades de seus usuários adolescentes. Ou, quem sabe, esta geração de usuários de internet mereça repensar tudo enquanto cada vez se faz mais andrógena em sua comunicação online e interação.

Alguns autores coincidem ao apontar que existem tantas definições de blog como blogueiros na internet. Igualmente como o diário íntimo, estes gêneros escritos na primeira pessoa costumam criar não apenas proximidade com o leitor, se não uma espécie de cumplicidade com situações muito particulares de cada blogueiro.

Através da identificação que um indivíduo sente com determinados blogs, podem chegar a serem geradas amizades, assim como disputas e vínculos estreitos de defesa com pessoas que jamais ele viu. O blog de vivências pessoais online é uma sorte de exercício de introspecção e inspeção do eu.

Diferente do diário, é curioso como alguns blogueiros comentam ter mais de um blog, observa Parodi. Estes vão se dando de acordo ao nível de privacidade e intimidade que desejam ter na relação a seus leitores. Assim, ao ser exposto ao público, deve filtrar-se e dosificar-se a informação de acordo ao que seja destinado a ser lido pela família, que não será igual ao que será destinado a amigos de trabalho e para o que seja consumido pelos grupos de amigos ou, ainda, gente desconhecida na web, entre outros.

Segundo Parodi (2010), é através da proporção de informação sobre seu “mundo real” como a especificação do nome, idade, gênero e lugar de residência; a hierarquização dos elementos; o tom da linguagem; análise de textos, palavras e fontes utilizadas; a disposição de desenhos e gráficos (emoticons, modelos, cores, desenhos de glitter, imagens, gif, etc.) para expressar sentimentos; o caráter autobiográfico de suas narrações, temáticas; a frequência da escritura; respostas para e dos leitores; referências a outros links; e hobbies e preferências.

De acordo com Efrén Vasquez (2009), nesta Sociedade da Informação a linguagem através das máquinas condiciona nossa maneira de expressar-nos. A característica de ser único através desta linguagem é latente. Cada texto é único, se bem que se valem de palavras existentes e de algumas repetições dentro da ciberlinguagem, sempre se encontra algo novo e inovador nos escritos dos internautas.

Para alguns, a linguagem usada na internet ou nas mensagens de textos por celular (SMS) representam uma mudança e uma evolução, um signo de identidade e

código anti-adultos que reforma as conversas entre os jovens. Para outros, os jargões, anglicismos e as formas não-padronizadas de escrever constituem um retrocesso e uma deformação do discurso.

De acordo com Parodi, escrever se converteu para muitos em uma atividade quase compulsiva, de autoajuda, uma maneira de desafogar nosso mundo interior, deixar um testemunho deste desde tempos imemoriáveis. É o diário a modalidade mais narcisista da escritura autobiográfica, tem no âmbito religioso um de seus principais antecedentes devido a facilidade de isolamento.

Segundo o investigador, a identidade do homem atual contempla um renascer, uma hibridação, anulando a diferenciação entre técnico e humano. Surgiu em um profundo desequilíbrio como produto da confusão originada lá pela década dos sessenta. O emprego de novas tecnologias produziu uma substituição das ordens tradicionais, nos levando a novas formas da realidade para um plano distintamente virtual.

Neste cenário, o blog é ao mesmo tempo reflexo da identidade e assim mesmo do que cada usuário pensa a respeito de si; mas com a vantagem de que este pode fazer uma seleção ainda maior das características que a definem, ao ter a possibilidade de desenhar o seu próprio espaço, é consciente de aquelas características que deseja mostrar, ou melhor ainda de aquelas inexistentes que gostaria de se fazer referência.

#### 2.1.7. Os efeitos das mudanças provocadas pela internet para a identidade pessoal

Um setor importante das ciências sociais propõe que o efeito principal da explosão de canais de distribuição de informação no âmbito global provocado pela internet e a facilidade subsequente para a supressão do espaço físico como mediador da interação grupal e pessoal é a “dissolução de si mesmo”.

Para Kenneth Gergen (2003), o sujeito contemporâneo, enfrentando a desapareição das instituições básicas da modernidade, restringindo a encontros casuais causados pela ausência de um sentido de comunidade e bombardeado por numerosos canais de informação perde unidade e se dilui em um conceito relacional que muda para responder às exigências da audiência e o contexto.

Nestes recontos, de uma ou de outra maneira, parece estar implícita a ideia de que o ser da modernidade tardia deixa de ser real, e se transforma em uma ficção, um remendo de si mesmo refletido em objetos e símbolos externos.

Existem outras correntes que argumentam que se bem as mudanças produzidas pelas novas tecnologias da informação modificam profundamente o desenvolvimento atual do sujeito na cultura, é também certo que os sujeitos, particularmente os adolescentes em desenvolvimento, realizam complexas negociações estratégicas para dar coerência à experiência de si e para construir um sentido de comunidade.

As possibilidades de expressão identitária nas redes sociais, a migração da interação cotidiana a espaços virtuais e no aumento de canais de informação resultam em uma transformação na forma com as pessoas constroem a identidade. Isto é assim porque, segundo James Cote e Charles Levine (2002), construir uma identidade implica apropriar-se de certos elementos dentro das opiniões disponíveis na cultura.

Para autores como Cote e Levine (2002), nem o desenvolvimento da personalidade adulta e nem o estabelecimento e manutenção de uma identidade viável são processos individuais. Em todos os casos, existe uma forte influência do contexto social. Isto é assim porque é no social aonde se produz a validação dos roles sociais pelos indivíduos, o que constitui um elemento fundamental no desenvolvimento da identidade segundo Erickson (1996).

Neste processo de validação dos roles é ao mesmo tempo central a forma com que os indivíduos realizam a apresentação pública da identidade. É por isto que uma modificação nas opções disponíveis e nos meios para expressá-las resulta em uma modificação da construção da identidade e, por esta via, da cultura.

A aparição de internet, e mais especificamente a implantação de redes sociais produziu uma transformação nos micromecanismos através dos quais as pessoas constroem e mantêm uma identidade viável dentro da cultura.

No micronível, a construção da identidade é um processo que se leva a cabo em ciclos de apropriação e negociação das opções disponíveis na cultura. Mas geralmente, James Cote e Anton Allahar (1995) propuseram que na modernidade tardia a manutenção de uma identidade estável requer intensas transações intrapsíquicas e sociais para responder a mudança constante e a ausência de uma comunidade centralizada que sirva de referência ao indivíduo.

As exigências da modernidade tardia requerem que as pessoas enfrentem situações mutantes e usem distintas representações de si mesmas em diferentes circunstâncias. Neste cenário, em um nível básico, o processo de desenvolvimento psicológico requer a capacidade de dar-lhe sentido unificado a essa variedade de experiências e de manter a continuidade da identidade, segundo Erickson.

Os espaços virtuais, antes de dividir o sujeito em múltiplas imagens, criam uma pressão emergente para lhes elaborar consistentemente. Danah Boyd (2008), por exemplo, propõe a ideia de contextos colapsados para descrever como a falta de fronteiras espaciais e temporais faz difícil manter contextos diferenciados nos âmbitos virtuais. Disto que se deriva que as redes sociais, mais que um mecanismo de desindividualização, podem atuar como suporte para a consistência e continuidade de si mesmo.

Mas parece evidente que os meios digitais, em particular as redes sociais e os blogs, modificaram a forma com que se produzem a interação interpessoal e a expressão da identidade individual. A interação nas redes sociais têm quatro características básicas: persistência, simultaneidade, link-habilidade e o fato de que a narrativa interior é pública.



Os perfis e os posts de apresentação das redes sociais e dos blogs produzem um registro relativamente fixo e público das interações e opiniões das pessoas. Pelo fato de ser fixo, este registro constitui uma forma de construir uma representação estável externa da identidade e ancorar o eu na ferramenta segundo análise de Boyd.

A persistência é uma característica fundamental para entender o desenvolvimento da identidade nas redes sociais, porque a criação de uma representação fixa cumpre um rol importante na manutenção da identidade em condições de instabilidade como as da modernidade tardia.

A segunda característica das redes sociais e dos blogs é a simultaneidade da interação virtual. Enquanto que na interação um a um os participantes tomam turnos um a um, na interação virtual a mensagem é transmitida e contestada para vários atores simultaneamente.

A terceira característica é a linkabilidade das redes sociais e dos blogs, ou seja, a possibilidade de usar links para associar conteúdos aos perfis pessoais e a ações dentro da rede social. As redes sociais e os blogs estão desenhadas de tal forma que facilitam a apresentação da identidade por meio de perfis, notas pessoais e peças culturais que funcionam como tokens associados a identidade.

Assim, os usuários das redes sociais e dos blogs podem recoletar todo tipo de objetos virtuais e ligá-los a sua identidade pessoal. Estes objetos variam como o meio, mas podem incluir notas de texto de diferentes gêneros, peças musicais e vídeos.

As características das redes sociais e dos blogs também fazem que, para uma fração ampla das pessoas conectadas a estas ferramentas, estas funcionam como uma espécie de diário aberto. Isto acontece porque as redes sociais e blogs estão escurecendo as fronteiras entre o público e o privado, segundo Boyd, o que faz que partes das narrativas interiores, confinadas tempo atrás nos diários pessoais, se convertem em elementos importantes do espaço público.

Ao invés de escrever para um outro imaginário, os usuários das redes sociais e blogs fazem públicos os seus pensamentos frente a uma comunidade de referência que valida a viabilidade comunitária de ditos conteúdos. Este tipo de diário aberto elabora a narrativa interior imaginada para apresentá-la a uma audiência real.

Esta experiência dos diários abertos pode aumentar as redes de encontro e facilitar a construção de sentido de comunidade em uma etapa crítica do desenvolvimento de acordo com Boyd. Isto é assim porque as redes sociais e os blogs são um ponto de intersecção entre a representação pessoal e a comunidade, que lhes permitem a ambas partes contribuir conjuntamente para a representação do indivíduo no espaço virtual.

No processo de apresentação da identidade e a valorização da comunidade de referência se realizam em ciclos constituídos de representação, conversação e retroalimentação. Os ciclos apresentam diferentes peças de informação e narrações de eventos na vida dos sujeitos. É interessante que a caracterização destes ciclos não siga uma estrutura formal e sim reflexiva.

As redes sociais e os blogs funcionam como amplificadores das interações já existentes na vida offline. Isso porque eles têm propriedades que facilitam a amplificação de elementos culturais e conteúdos pessoais, como a capacidade de permitir uma distribuição ampla e quase automática de conteúdos e a capacidade de fazer cópias ilimitadas de qualquer elemento de acordo com Boyd.

## **2.2. Teoria Social da Comunicação**

### **2.2.1. A configuração e o desenvolvimento da comunicação pública**

De acordo com o teórico Martín Serrano, a comunicação pública surgiu no âmbito da coletividade para proporcionar uma “classe de informação que se refere a interesses compartilhados pelo conjunto” (Martín Serrano, 2011: 88) desta mesma coletividade. O objetivo desta modalidade de comunicação é a “reprodução social”, ou seja, a “perpetuação” de uma determinada comunidade com seus valores, crenças, necessidades e demandas.

A comunicação pública foi originada em pequenos coletivos. Com a evolução das sociedades, ela começou a servir às instituições como ferramenta para que estas instituições obtivessem algumas vitórias – além de, como foi dito antes, para a perpetuação destas instituições.

Segundo Martín Serrano (2011), a comunicação pública foi historicamente utilizada para “organizar tarefas coletivas”; como incentivo a promoção de uma determinada “ação social”; assim como para a difusão de quais devem ser “os objetivos compartilhados” do grupo/coletivo.

Para o teórico, a eficácia da comunicação pública depende de sua capacidade de “promover ou revitalizar as representações coletivas”, ou seja, o potencial desta modalidade de comunicação em trabalhar com eficácia as “interpretações e as avaliações compartilhadas das situações, dos acontecimentos, do que nos é próprio e do que temos por diferente” (Martín Serrano, 2011: 90). Esta modalidade de comunicação, por estes termos, não pode combater o que o coletivo tem como seus principais elementos de identidade, que podem ser facilmente reconhecíveis por seus próprios integrantes ou pelas pessoas alheias àquele coletivo.

A comunicação pública tem como característica primária a capacidade de plasmar os sentidos, objetivos, características de um determinado grupo ou coletivo. O contraditório neste tipo de comunicação serve como registro das opiniões distintas e que, muitas vezes, apenas atuam para tornar a versão dominante mais facilmente identificável e potente em relação aos participantes desta comunicação.

Segundo G.H. Mead (1934), o mais importante de todos os elementos e forças do vínculo social é a interação simbólica, ou seja, quando são introduzidos de maneira progressiva elementos significativos sobre as ações individuais e compartilhados entre os indivíduos.

Assim, os atos individuais ganham caráter social quando utilizam símbolos compartilhados por determinado coletivo. O mais evidente símbolo compartilhado é o da linguagem. Utilizando a linguagem, o sujeito é capaz de desenvolver a sua mente, o seu sentido de eu, a consciência da identidade, e de assumir roles sociais.

Ainda que a atuação das pessoas em redes tem como objetivo a conquista de objetivos comuns, geralmente cada participante da rede também tem os seus próprios interesses e conhecimentos para trocar. Como explica Larissa Costa (2003), o surgimento das redes ocorre quando um objetivo comum consegue juntar diferentes atores e chama-los para a ação. No centro da rede está uma ideia-força, uma tarefa ou um objetivo.

É interessante citar que, segundo Mead (1934), o sentido próprio do indivíduo do “eu”, ou seja, sua consciência de ser diferente surge de forma simétrica a sua capacidade de perceber a existência do “outro” – utilizando, para esse exercício, a linguagem.

O teórico Martín Serrano considera como certo que as manifestações comunicativas se consolidaram, em sua origem, em linguagens que utilizaram posturas e contatos corporais. Em esse contexto, importante destacar, escreve o autor, que os “rituais comunicativos compartilharam alguma referência ao estar do grupo no mundo” (2007: 189), o que configura a autoconsciência humana e de um determinado grupo.

Nas mudanças culturais pelas quais as sociedades passaram, os meios utilizados para a comunicação também jogaram um papel importante. Isso se deve ao fato de que as sociedades estão relacionadas, desde as suas origens, com os meios utilizados para a comunicação e estes com as características das sociedades. Por isso é importante refletir sobre os meios tecnológicos que predominam na comunicação atual.

No livro *A Produção Social da Comunicação*, Martín Serrano (2011) explica como a comunicação pública está incluída em um processo de interação entre as pessoas e, a o mesmo tempo, em um processo de ação na relação ao entorno.

Essa comunicação é produzida e reproduzida no tempo, explica o autor, pelas organizações sociais e pelos membros das distintas sociedades. Por esta razão, a produção de representações do mundo pode ser indistintamente examinada como o início ou como a culminação de alguma mudança social.

### 2.2.2. A institucionalização da comunicação pública

A comunicação pública, segundo Martín Serrano, não foi a primeira forma de interação comunicativa que aparece na sociedade. Antes dela, as relações de parentesco foram capazes de configurar relações expressivas que tiveram como objetivo apresentar regras e funções para as distintas pessoas de um grupo.

Ainda que muitas vezes a comunicação pública será utilizada nos intercâmbios familiares, ela se configurou como um modo social de comunicação independente do parentesco. Assim, de acordo com o autor, a informação que afeta a uma comunidade em seu conjunto sofreu um tratamento diferenciado que passou pela especialização em funções comunicativas.

De aí, a partir desta especialização, a informação pública passa a organizar-se institucionalmente. Com esta mudança, se reconhece como legítimo um modo sistemático de adquirir, processar e distribuir as notícias que podem interessar a um coletivo de pessoas.

O sistema de comunicação pública institucional que surge tem como base uns rasgos diferenciados, começando pela organização que administra esta comunicação. Ela será considerada uma “instituição da comunidade”, sem a possibilidade de satisfazer as necessidades privativas de determinados grupos.

Depois, o sistema destinado a comunicação se especializa para tratar com as informações que interessam ou afetam as instituições sociais, com a capacidade de incluir o intercâmbio de informação que interessa apenas a determinados grupos ou sujeitos particulares.

Os temas que podem ser comunicados estão prescritos mais ou menos formalmente, o que contribui a que os membros da comunidade distingam a informação pública de qualquer outra – tendo os conceitos “informação de interesse coletivo” e “tratamento informativo próprio de nossas coisas” como base.

A informação pública que passa a circular a partir de aí goza da pressuposição de que é confiável e de que propõe um ponto de vista autorizado. Esse sistema estabelece também quem pode interferir como comunicantes, em que ocasiões e as vezes em que lugares, quando a informação trata de temas de interesse público.

De acordo com Martín Serrano, as diferentes sociedades institucionalizaram diversas modalidades de comunicação pública em distintas etapas de evolução histórica da humanidade, sabendo-se que muitos sistemas de comunicação coincidiram em aspectos de infraestrutura, estrutura e supraestrutura.

A respeito da comunicação de massa, Martín Serrano estabelece o surgimento da imprensa como o momento em que se deu a tecnologia que permitiu a produção e distribuição massiva de materiais comunicativos. Ele diz que ainda que a comunicação pública siga servindo prioritariamente às necessidades da administração do Estado, termina se convertendo em um recurso universal para as interações comunicativas tecnologicamente mediadas para todos os níveis da vida social.

Com o surgimento de internet e de outros canais afins, de acordo com Martín Serrano, as Redes de Distribuição de Mensagens regressaram um século depois de seu declive porque seriam mais adequadas que os Sistemas de Produção e Distribuição em Massa de Informação para satisfazer os requisitos de permitir quando seja necessário um controle completo sobre os destinatários específicos a quem é enviada a informação e assegurar a confidencialidade da informação que se distribui por meio dos canais informático-comunicativos.

### 2.2.3. As expressões de identidades nos blogs

Um elemento-chave na comunicação estabelecida por intermédio dos espaços públicos disponíveis através dos blogs é a identidade dos interlocutores que participam dos intercâmbios comunicativos. Muitas vezes, esta identidade não segue os padrões mais comuns de outros tipos de comunicação que não são intermediadas por computadores.

Isso acontece porque na comunicação estabelecida por intermédio dos blogs, muitas vezes, as pessoas desconhecem o nome verdadeiro, a idade, o rol social ou mesmo a origem da pessoa com a qual elas conversam ou mantêm uma comunicação. Mas mesmo nestas situações, os elementos de identidade do indivíduo servem de anzol para que a comunicação comece e, especialmente, de termômetro para que ela siga acontecendo.

De acordo com o sociólogo Stuart Hall (2001), a identidade atualmente é negociada segundo múltiplos grupos dos quais um único indivíduo participa. Em uma sociedade que vive uma mudança permanente, o sujeito se vê confrontado pela celebração móvel da realidade na qual está submerso ao mesmo tempo em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam fazendo com que a pessoa seja confrontada com uma multiplicidade desconcertante e mutante de identidades possíveis sabendo que ele pode identificar-se com cada uma delas – mesmo que por um breve período de tempo.

Ditas expressões de identidade estão acompanhadas pelo movimento de apropriação da tecnologia social na internet, o que torna possível a multiplicidade e diversidade de incontáveis pequenos grupos cujas vozes se conectam e algumas vezes se transformam em ações sociais. De acordo com David Weinberger (2007), esta liberdade de ação reflete um poder de criar e organizar conteúdos e saberes segundo critérios próprios de classificação e ordem do conhecimento disponível na internet.

Nos ambientes virtuais, por mais que uma pessoa não comunique as suas origens ou tenha o cuidado por deixar muitos elementos-chave de sua identidade no anonimato, estes elementos estão presentes intrinsecamente nos seus textos, por intermédio de ideias, expressões, avaliação de valores e etc.

Por mais originais que os indivíduos se possam crer, precede ao seu desenvolvimento individual, a formação de sua identidade, uma ordem social dada. E essa ordem, por sua vez, é resultado de uma produção humana constante, segundo a teoria de Berger e Luckmann (2006).

Para William Thomas (2005), o indivíduo define a situação da comunicação de sua própria identidade, na medida que este processo é uma estratégia de interação para alcançar os seus objetivos. De acordo com Paul Gilroy (1998), a identidade e a identificação se constroem e reformulam através de processos caóticos que, quem sabe, não tenham fim. Nestes, adquirem valor as relações sociais sobre as que se

articula de uma ou outra forma a identidade e, portanto, as contradições que esta encerra segundo Stuart Hall (2001).

De acordo com Taylor (1996), a identidade do sujeito não apenas se define pelo que ele é, propriamente, mas também pelo que ele quer ser ou chegar a ser. A identidade do sujeito se define por sua orientação ao bem, mas, às vezes, o sentido do bem se tece na compreensão de uma vida entendida como história contínua. A relação entre o sujeito e o bem depende da percepção que temos de nossa vida em geral, com a direção que toma enquanto a dirigimos, com o perto ou longe que nos colocamos em cada momento a respeito do bem.

Em 2006, os investigadores Yair Amichai-Hamburger e Katelyn McKenna publicaram uma análise provocadora, segundo Alvídrez Villegas, a respeito do potencial da internet para transformar em prática as especificações teóricas propostas pela Teoria do Contato Intergrupar: o que suporia um passo lógico, ainda que não simples, se levamos em conta a velocidade com que as tecnologias de comunicação interpessoal evoluem.

Amichai-Hamburger e McKenna (2006) propõe a ubiquidade da internet como uma vantagem exclusiva deste meio frente aos encontros tradicionais cara a cara: o alcance e expansão da rede facilitaria para as pessoas terem contato com grupos de diferentes sistemas de pensamento, valores, bagagens sociais e culturais.

Com esta propriedade única, a internet promoveria a oportunidade ideal para o contato que não está presente em outras vias indiretas de interação, que suporia o emprego de menos recursos (humanos, econômicos, de logística). Acoplado a isto, os autores consideram que este tipo de contato, graças as propriedades do meio (CMO), pode cumprir com a maioria das condições para uma interação ótima.

Os autores também sinalizam como vantagem a inibição da ansiedade neste meio devido a que não se experimentam as mesmas pressões sociais que as dos encontros cara a cara. As pessoas que são tímidas, balbuciam para falar, pertencem a minorias étnicas ou raciais ou tem poucas habilidades sociais, se sentiriam menos impedidos para participar em conversações entre pares ou entre grupos.

#### 2.2.4. A importância da comunicação para a formação das identidades

Os autores Berger e Luckmann (2006) consideram como “veículo mais importante da manutenção da realidade o diálogo”. A comunicação, assim, joga um papel-chave, tanto para a manutenção de uma leitura da realidade, como para o constante processo de modificação desta leitura. A realidade subjetiva, assim, praticamente necessita da verbalização e da comunicação para fazer-se segura.

Seguindo a teoria de Berger e Luckmann, a manutenção eficaz da realidade subjetiva apenas é possível através de um “aparato conversacional” contínuo e coerente. Assim sendo, quando se produz alguma quebra de sua continuidade e coerência, se configura imediatamente uma ameaça a dita realidade.

A comunicação mediada por computadores permite um folgado espaço para a identidade mas não para sua fixação e estruturação. Isso se daria porque, segundo Ross, o acesso às redes digitais requer a autenticação de uma assinatura ou pseudônimo e não a identificação de uma pessoa que pode ser confirmada, o que criaria um vazio operativo crucial entre autenticação e identificação.

Neste ambiente, se podem ter identidades múltiplas da mesma maneira que as identidades se podem transformar mais facilmente, inclusive tomando as características das identidades de outros.

Para Rheingold (1993), os usuários de internet reduzem e codificam as suas identidades como “palavras em uma tela” na mesma medida em que decodificam as identidades de outros. A forma na que utilizamos estas palavras, as histórias (verdadeiras ou falsas) que contamos sobre nós mesmos (ou sobre a identidade que queremos que a gente acredite que tenhamos) é o que determina nossas identidades no ciberespaço, afirma o teórico.

A subjetivação do homem atualmente passa pelas práticas da busca da visibilidade e da exposição da intimidade. Segundo Paula Sibilia (2008), cada vez mais o sujeito tem aceitado o convite para o “show do eu”, seja evidenciando sua própria intimidade ou atuando como observador da intimidade alheia.

O abandono dos espaços públicos que começou no século XIX e o crescimento dos espaços privados obedeceram a interesses políticos e econômicos específicos do capitalismo industrial, segundo Sibilia. Isso acontece na medida em que o espaço exterior é visto como uma ameaça, lugar de insegurança e de falta de ordem, fazendo com que a casa ganhe status de território de autenticidade, o que possibilita ao “eu” preservar-se e passar pelo processo de autoconhecimento.

Com esta mudança, no ambiente introspectivo das residências burguesas atividades solitárias em busca do “eu” mais profundo se tornam prática comuns, como a escrita do cotidiano das pessoas em diários íntimos que possibilitaram ao sujeito moderno a construção de uma narrativa vital coerente e um eu igualmente coeso. Outra prática comum foi a leitura de romances que propiciou às pessoas que elas passassem um tempo “sozinhas com elas mesmas” ou desfrutando de sua vida interior.

Para Sibilia, com internet e as mídias digitais, as pessoas retomaram estas práticas confessionais por meio da escrita nos blogs pessoais ou através da prática de revelar a sua intimidade diária utilizando fotos feitas em câmeras ou na publicação de imagens antigas de familiares em novos álbuns virtuais. Desta maneira, as personalidades introdirigidas, ou seja, a construção de um mesmo com base intimista e introspectiva deu lugar às personalidades “alterdirigidas”, aquele tipo que é direcionado para uma olhada exterior que necessita do outro.

A investigadora Fernanda Bruno (2005) afirma que a prática da exposição da vida íntima e privada percebida em muitos blogs e com o uso das webcam produziram uma “subjetividade exteriorizada” na medida em que a visibilidade está relacionada de forma direta com a produção de indivíduos e de subjetividades.

Desta forma, as novas tecnologias de comunicação e de informação se constituíram como um novo terreno de visibilidade para o indivíduo comum que se caracterizam por duas características distintas: a vigilância por meio de sistemas internos de televisão, dos chips ou das informações que as pessoas disponibilizam em bancos de dados eletrônicos e em programas de computadores; e a exposição da vida íntima e privada das pessoas, o que mudou a fronteira entre o público e o privado ao encenar no âmbito público de internet práticas antes restritas a vida íntima (como imagens do espaço privado cotidiano ou a escrita de diários íntimos).

Mas é importante observar que dita “subjetividade exteriorizada” não significa a exteriorização de uma interioridade constituída pelo indivíduo que passa a ser exposta, mas se trata, em especial, de uma subjetividade que se constitui prioritariamente na própria exterioridade, no ato mesmo de se projetar e de se fazer visível a outra pessoa.

Neste contexto, o uso dos blogs confessionais e das webcams acabam por “privatizar o olhar do outro” que se liberta do coletivo e passa a ser visto como uma conquista do próprio indivíduo e algo “decisivo como prática identitária”.

Atualmente, a intimidade do indivíduo está direcionada para fora, como que em busca de um olhar que a reconheça e que possa atribuir-lhe sentido, existência. A exposição de um mesmo na internet configura todo um campo de cuidados com a aparência interior, fazendo com que o foro íntimo deixe de ser experimentado como um refúgio mais autêntico e secreto para tornar-se uma matéria artificialmente assistida e produzida na presença explícita do olhar do outro, ponderou Bruno.

Para ela, nos blogs pessoais pouco importa a distinção entre o que parece e o que é real, já que a verdade é o que se mostra, já que ela não reside em uma interioridade prévia e mais autêntica do indivíduo, mas sim é produzida no ato mesmo da pessoa mostrar-se.

#### 2.2.5. A importância da interação para a construção da identidade

A identidade se afirma e reconhece nos contextos de interação e comunicação social de uns com outros, pela presença de certas características distintivas e processos de auto-identificação, de tomada de consciência das diferenças e afirmação das mesmas a respeito de outros indivíduos e grupos.

A problemática da identidade pode ser abordada em tanto como distinguidade, ou seja, como o lado subjetivo da cultura que permite uma função distintiva, elemento cultural internalizado, como também como representações sociais, que são estáveis e móveis, rígidas e elásticas, de atores sociais individuais ou coletivos.

Em outras palavras, a identidade é dialógica porque nela intervêm a auto e a hetero-compreensão e também porque nela se conjugam unidade e pluralidade. De acordo com Martín-Barbero (2002), é ao tornar-se expressiva de um sujeito individual ou coletivo que a identidade depende de, e por isso vive do reconhecimento dos



outros: a identidade se constrói no diálogo e no intercâmbio, já que é aí que indivíduos e grupos se sentem desprezados ou reconhecidos pelos demais.

Para o teórico, as identidades e cidadanias modernas se constroem na negociação do reconhecimento pelos outros. As identidades coletivas, especificamente, se conformam por indivíduos vinculados entre si por um sentimento comum de pertencimento, que compartilhem um núcleo de símbolos e representações sociais e uma orientação comum para a ação, segundo Giménez (2000): a identidade não é mais que a representação que tem os agentes (indivíduos ou grupos) de sua posição (distintiva) no espaço social e de sua relação com outros agentes (indivíduos ou grupos) que ocupam a mesma posição ou posições diferenciadas no mesmo espaço.

O pertencimento dos indivíduos ou coletivos ocorre pelo fato deles compartilharem valores e códigos em comum. Com a comunicação mediada por computadores e outros dispositivos móveis, a grande quantidade de mensagens e bens que circulam se articulam e constituem grande parte do sentido de pertencimento de identidade, reorganizando esse sentido por fora das tradicionais fronteiras econômicas, institucionais, de classe, de espaço e de territórios geográficos da modernidade.

Na atualidade, segundo um artigo de María Victoria Martín (2008), os jovens, com suas necessidades de comunicação, pertencimento, personalização e privacidade, encontram no telefone celular, particularmente nos SMS e as imagens, dispositivos perfeitos para satisfazer as suas ânsias de ruptura com esta ordem pública (hierarquizado, regrado, linear, 'objetivo' e exterior, entre outras características) que pretendem impor a maioria das instituições modernas.

A respeito dos blogs pessoais, o curioso é que ao mesmo tempo em que eles apresentam um nível de intimidade sem paralelo em outro gênero de escrita na internet porque demonstram uma intimidade que antes estava reservada apenas para os diários íntimos secretos, nos quais os únicos leitores, muitas vezes, eram seus próprios autores, eles também se apresentam como ferramenta que proporciona interações com um público leitor muitas vezes desconhecido.

Na visão do autor André Lemos (2002), a atividade do indivíduo de manter um blog pessoal, assim como outras atividades na internet, serve como um desabafo dos discursos pessoais que perderam espaço com o surgimento dos meios de comunicação de massa. Estes recursos seriam uma apropriação social da web como forma de reeditar velhas práticas como foram os diários pessoais.

Os blogs têm semelhanças com os velhos diários pessoais na medida em que estão baseados na escrita íntima, nas pequenas misérias do cotidiano, nas opiniões e inquietudes de seu autor, mas admitindo um novo elemento: um público leitor, segundo Denise Schittine (2004).

Com esta ferramenta é possível estabelecer uma cumplicidade do autor do blog com uma nova audiência formada por pessoas desconhecidas que têm sentimentos e segredos similares com os do autor do blog, mas que ele nunca conheceria se não fosse a exposição voluntária que ele fez na internet.

Mas a interatividade entre o blogueiro e seus leitores é o que diferencia os blogs pessoais dos velhos diários pessoais. Ao saber que seus textos podem ser lidos na internet, o blogueiro não apresenta a sua privacidade real, ou seus segredos. O que ele faz é construir os seus segredos e o privado, o que de íntimo pode intencionalmente dizer neste espaço público de interação e exposição de si mesmo segundo Jurema Chagas (2007).

De acordo com a autora, a preocupação dos autores dos blogs sobre o que pode ser revelado demonstra que os blogueiros utilizam este espaço para falar de suas vidas, intercambiar experiências e opiniões ao mesmo tempo que procuram a “construção de uma identidade pública aprovada”.

Neste sentido, as pessoas estariam buscando sua melhor imagem com nas biografias que apresentam um esforço em transformar o indivíduo em herói. Para evitar a imagem negativa de si mesmo, o blogueiro faz a melhor pintura de si mesmo, inserindo cores, figuras e fotos em uma construção textual que ilustra seu modo de ver o mundo como um layout que pode ser modificado sempre, já que aquele é o seu mundo.

A construção da identidade se encontra na relação permanente com outras construções identitárias de sujeitos que se situam em nosso âmbito de percepção. Como diz Maalouf (2006), as identidades só se poderiam conceber como tais na relação que se forma entre os sujeitos que se vinculam e se influenciam mutuamente, através do processo de socialização que se realiza durante toda a vida.

## Capítulo 3

# Universo do estudo e desenho metodológico

### 3.0. Apresentação

No capítulo anterior, trabalhamos na revisão das fontes bibliográficas e nas bases de dados relacionadas com a comunicação, a internet, blogs, construção e reconstrução de identidades e conceitos como modernidade líquida e sociedade de risco. A imersão nestes temas foi importante para compreender melhor o contexto relacionado com o objeto de estudo desta tese, assim como para determinar as técnicas de investigação necessárias para o presente trabalho.

Na sequência será apresentada a pesquisa metodológica feita para investigar a comunicação interpessoal desenvolvida nos 41 blogs selecionados, a saber: um deles foi considerado o blog principal, denominado também como “blog solar”, já que essa página pessoal foi considerada como tendo uma grande leitura na internet de língua espanhola e os outros 40 blogs como páginas pessoais secundárias, ou chamados também “blogs satélites”, já que estes blogs mantêm uma relação com o blog solar – ainda que geralmente esta relação seja unidirecional a partir destes blogs com o blog solar e não se verifica o mesmo na direção oposta.

Antes de selecionar estes 41 blogs, contudo, foi necessária uma imersão na blogosfera para conhecer a dinâmica desta ferramenta. Utilizando conceitos da etnometodologia, como fonte para desenvolver a experiência como uma pessoa que mantém uma página pessoal em internet, pude perceber a dinâmica entre a pessoa que utiliza esta ferramenta para publicar conteúdos e as pessoas que interagem com ela.

Vencida esta fase de conhecer a ferramenta de um blog diretamente, começou a fase de buscar os 41 blogs que teriam as características necessárias para a aplicação de uma análise de conteúdo que buscava, essencialmente, conhecer em detalhe a dinâmica da comunicação estabelecida neste meio e a importância que ela pode desempenhar na vida cotidiana das pessoas que interagem através das páginas pessoais.

A primeira fase da análise de conteúdo foi concretizada através da identificação e a descrição das variáveis importantes para o estudo de caso conforme os objetivos propostos. Depois, foi necessária a construção de um protocolo para registrar a informação destas variáveis, ação seguida do próprio registro dos dados para, no último passo, por fim, explorar estes dados e interpretá-los.

Trabalhamos os recursos da análise de conteúdo descrita acima primeiramente com o estudo de caso. Foi selecionado o blog solar para experimentar o

funcionamento do protocolo de registro e a eficácia das variáveis em relação aos objetivos propostos. Com a comprovação dos resultados, o mesmo método foi aplicado para registrar a informação dos outros 40 blogs.

Paralelamente a esta fase e na sequência dela, fizemos uma revisão de fontes bibliográficas relacionadas tanto com a história e a evolução dos processos comunicativos e relacionadas com os diários pessoais, como com a história da informática, dos computadores, de internet e dos blogs nestes contextos.

Além disso, foram utilizadas fontes bibliográficas para tornar mais claros conceitos e teorias a respeito da construção e da reconstrução das identidades, um dos temas vitais desta investigação, assim como se procurou contextualizar a respeito da sociedade atual, resumindo as teorias que utilizam os conceitos da “sociedade do risco” e o da “modernidade líquida”.

Depois de concluída a interpretação dos dados da análise de conteúdo dos blogs, considerei necessário explorar alguns pontos da investigação por meio de entrevistas enviadas por e-mail (correio eletrônico) para todos os autores das páginas pessoais que continuavam com as suas respectivas páginas ativas e que, conseqüentemente, seguia tendo como característica ser um canal de comunicação ativo.

Neste capítulo se explica em detalhes a metodologia desenvolvida para o exame da comunicação estabelecida nos blogs pessoais selecionados para esta investigação. Acreditamos que as mesmas variáveis e categorias utilizadas nesta análise poderiam ser aplicadas para a análise de outros blogs similares, o que facilitaria a comparação com os resultados obtidos com esta investigação.

### **3.1. Universo estudado: os blogs que fizeram parte desta investigação e suas interdependências**

Os sites escolhidos para este estudo apresentam uma série de características que os diferencia como páginas pessoais. Alguns estão dirigidos a um público mais específico, outros poderiam ser classificados como generalistas – ou seja, que estão abertos a uma gama mais ampla de pessoas como seus possíveis leitores.

Cada página pessoal estudada também apresenta diferenças nos espaços criados para a publicação de conteúdos e na frequência com que os autores interagem com as pessoas que visitam os seus blogs. Essa interação pode acontecer de forma esporádica ou com maior frequência dependendo da característica de cada uma das páginas estudadas.

Antes de começar a expor os resultados desta investigação, é importante traçar um pequeno resumo das características que definem cada blog. Ao apresentarmos estes dados, é possível identificar a relação que existe entre o blog primário e os 40

blogs secundários – que costumamos chamar também de “blog solar” e “blogs satélites” respectivamente.

### 3.1.1 O blog *Kirai.net*

O site criado pelo alicantino Héctor García em fevereiro de 2004 transformou o seu autor em uma das pessoas mais conhecidas da blogosfera em espanhol. Caracterizado por ser um blog pessoal, com forte presença de temas culturais e dos gostos do autor, “Kirai.net – Un geek en Japón” tem conquistado desde 2008 e pelo menos até o final de 2013 o posto de número um entre os blogs em língua espanhola mais lidos nos rankings mais representativos da internet.

Segundo Technorati, uma das ferramentas de medição de audiência e de credibilidade de blogs mais conhecidas em internet, Kirai.net tinha em janeiro de 2010 um nível de autoridade de 426. Technorati mede a autoridade de um blog levando em conta o número de links que o site recebeu de outros sites na internet. A lógica desta ferramenta é muito simples: quanto mais pessoas indicam um determinado blog, maior é a probabilidade de que este site indicado tenha conteúdo relevante.

Ainda de acordo com Technorati, quanto maior o nível de autoridade, melhor a posição da página pessoal na blogosfera. Ao consultar o ranking de Technorati em outubro de 2013, quando concluímos a atualização deste projeto, foi possível perceber uma redução no nível de autoridade do blog de Kirai.net. Observando o blog original, [www.kirainet.com](http://www.kirainet.com), constatamos que ele tinha apenas um nível de autoridade um, o mais baixo possível segundo a ferramenta de medição. Mas a versão em inglês da página pessoal de Héctor García ([www.kirainet.com/english](http://www.kirainet.com/english)) tinha obtido o nível de autoridade 122 – ainda assim menor do que a página havia conseguido em 2010.

Em outro ranking, mais popular entre os usuários que tem na língua espanhola o seu idioma materno, o de Alianzo, Kirai.net aparecia na posição 54 na classificação geral em janeiro de 2010. Este tipo de classificação de blogs analisa a importância dos sites escritos em distintos idiomas, especialmente em inglês, japonês, espanhol e alemão, mas sem distinção entre as línguas, e sim trazendo um ranking geral de todos estes idiomas em conjunto.

No outro nível de classificação de Alianzo, o específico de blogs escritos em espanhol, Kirai.net aparecia na posição cinco em 2010 – atrás apenas de blogs essencialmente temáticos, a maioria especializada em assuntos populares entre os internautas, como costuma ser a tecnologia, a ciência e a internet. O site Alianzo mudou os tipos de rankings depois daquele ano. Consultando esta página em outubro de 2013 foi possível localizar Kirai.net em apenas um dos rankings, o de meios de comunicação, com uma pontuação de 36 e com 70 fãs.

Héctor García, o autor do blog Kirai.net, é um espanhol que vivia na capital do Japão quando começamos e terminamos este trabalho e que, desde aquela cidade, mantém os seus leitores informados sobre curiosidades da cultura e do modo de vida dos japoneses e das demais pessoas que vivem naquela cidade, assim como trata das últimas novidades tecnológicas lançadas no solo japonês.

A média de atualização de sua página pessoais é a de um novo post por dia. Engenheiro informático, García também se transformou em um empreendedor, escritor e produtor de documentários. Muitas destas oportunidades, especialmente no que se refere a sua produção literária e de documentários, começou a surgir depois que ele criou o blog, segundo informações do próprio autor publicadas em sua página pessoal.

Nascido em 1981 em Alicante, conforme o texto de apresentação do autor em Kirai.net, García se especializou em “aplicações e serviços web” e trabalhou, antes de sair de Espanha, com a programação de mecanismos de busca na internet na Universidade de Alicante. Estas e outras informações sobre a carreira dele e dos gostos pessoais de García estão disponíveis para quem acessar ao seu perfil em Kirai.net.

Independentemente do que o autor comunica em seus posts a respeito de sua vida em Japão, García põe em evidência muitas informações pessoais em seu perfil no blog. Para a média do que se pode encontrar na blogosfera, o perfil dele está acima do que é visto como mais comum se analisarmos a exposição pessoal do autor da página pessoal.

Ainda que em seus posts, muitas vezes, García mantém o costume de ser mais “informativo” do que ter uma linguagem mais “pessoal”, em seu perfil atualizado ele põe à disposição de qualquer pessoa na internet muitas e variadas informações pessoais. A análise de conteúdo dos textos de Kirai.net, dos comentários publicados na interação do autor do blog com outros internautas e com os demais blogueiros levou em conta os conteúdos publicados no período de abril e outubro de 2008.

### 3.1.2. O blog *Campo de Fresas*

A página pessoal de Marta G. Navarro foi a primeira selecionada como “blog satélite” através da análise de conteúdo feita nos comentários deixados no blog de Kirai.net. Ela comentou o post “Parque España” publicado por Héctor García no dia 1 de abril de 2008, manifestando concordância com o que havia lido no blog Kirai.net. Campo de Fresas expõe os gostos pessoais e as vivências da jornalista espanhola que vive na cidade de Sevilha.

A periodicidade das publicações de Navarro registrada no período entre abril e outubro de 2008 variou bastante. Mas ela conseguiu manter a média de uma atualização por semana. Os temas dos posts publicados por Navarro costumam tratar da vida pessoal da autora, dos acontecimentos de seu cotidiano e de alguns de seus gostos pessoais. Além de ser jornalista, Navarro desempenha os papéis sociais de estudante e de escritora.

Navarro mantém o hábito de escrever comentários nos blogs de Kirai.net e de MotomachiCakeBlog. Ela encontrou a página pessoal de García e começou a escrever comentários nela motivada pelo seu interesse e admiração pelo Japão e seus costumes, o que é um de seus interesses.

A jornalista se interessa pelas tradições do país oriental e pela tecnologia, temas que aparecem também no blog MotomachiCakeBlog, uma página pessoal que está centrada, a exemplo de Kirai.net, na vida que estrangeiros e pessoas nascidas no país oriental tem no Japão.

Para este estudo de caso foram analisados 45 posts. Campos de Fresas, por ser um blog que trata essencialmente de assuntos pessoais de sua autora, registrava um nível de autoridade um em Technorati em 2008. Este grau é conferido para as páginas pessoas que tem pouca repercussão na blogosfera. Este é o nível mais baixo da ferramenta entre os que receberam alguma acreditação de outros sites na internet.

### 3.1.3. O blog *Kanyin bienvenido a la era UTF-8*

Diferente do primeiro blog satélite analisado, o blog de Kanyin é mantida por um autor que fala espanhol mas que não nasceu na Espanha. A página pessoal “Kanyin bienvenido a la era UTF-8” foi criado pelo mexicano Ismael Alvarez, identificado em seu blog pelo pseudônimo Kanyin. Engenheiro informático, Alvarez vive na cidade de Guadalajara. Fã, como outros blogueiros que participam de Kirai.net, pela cultura e pela vida no Japão, Alvarez comentou no post “Abril fool’s” publicado em Kirai.net no dia 1 de abril de 2008.

Em sua página pessoal, o engenheiro informático mexicano tem como costume publicar textos pessoais, como poesias, histórias de sua vida privada e fotos de amigos e dele mesmo ao mesmo tempo em que publica links com vídeos de outros sites ou cita textos de outras pessoas sem que ele faça, nestes casos, considerações pessoais a respeito do que está publicando.

O blog de Kanyin apresentou, no período de abril até outubro de 2008, uma média de atualizações variável, mas que chega a quase uma publicação de texto por dia. Algumas vezes, como acontece com outros blogueiros, Alvarez deixa de publicar novos posts por alguns dias e, em outras ocasiões, publica mais de um novo texto em uma mesma data. O tamanho e o nível de personalização das publicações feitas por ele também são variáveis, sem nunca seguir um padrão.

Além de escrever com frequência em seu blog pessoal, Alvarez mantém o hábito de frequentar outros blogs e, especialmente, tem por costume comentar os conteúdos destes outros sites. Dentre os sites que fazem parte deste estudo de caso, foram encontrados comentários de Alvarez nos blogs de Kirai.net, Enekochan, Escucha japonês, (más) Historias de um abstracto, MotomachiCakeBlog e Ikusuki. Como é possível perceber com a blogueira de Campo de Fresas, o principal componente que liga Alvarez e os blogs nos quais ele participa com comentários são os temas relacionados ao Japão. O blog dele, contudo, não aparece na busca feita através da ferramenta Technorati.

#### 3.1.4. O blog *La vida en rosa*

O blog pessoal da estudante e engenheira informática que se auto identifica como Yhamilet tem uma roupagem e um conteúdo essencialmente femininos. No período de análise deste estudo de caso, Yhamilet publicou em sua página pessoal 60 posts; ou seja, manteve ele atualizado na média de duas publicações de novos textos por semana.

O conteúdo de *La vida es rosa* é pessoal, mas com uma variedade de temas reduzida. No período desta análise, foi possível perceber que Yhamilet utiliza essencialmente seu blog para divulgar trabalhos e pesquisas feitas por ela no campo da moda e de seus acessórios. Ela também publica alguns acontecimentos vividos na cidade mexicana de Acapulco, aonde ela vive.

Algumas vezes Yhamilet escreve textos sobre a sua vida pessoal ou sobre tecnologia, mas os textos que falam sobre tecnologia aparecem em uma quantidade menor que os de outros temas. A autora do blog, que assina também como “luz”, foi selecionada por ter comentado no blog Kirai.net no dia 2 de abril de 2008. O blog dela não aparece na busca por blogs da ferramenta Technorati e a autora de *La Vida en Rosa* não participa de outros blogs que fazem parte desta investigação – com exceção, é claro, do “blog solar” de Kirai.net.

#### 3.1.5. O blog *La habitación del fondo*

Caracterizado por ter uma grande carga de opiniões pessoais de seu autor, o blog *La habitación del fondo* tem um volume de atualizações menor que a das demais páginas pessoais listadas neste trabalho. No período de análise proposto por este projeto, o blog do homem que se identifica apenas como “tricesimus” foi atualizado uma vez por semana, em média.

O conteúdo do blog gira em torno de temas políticos, econômicos, relativos a diferentes países, culturas e, especialmente, sobre o ponto de vista do autor da página que, além disso, insere sempre elementos de sua vida particular em seus posts. O mais curioso deste blog é que, apesar dos textos serem carregados de opiniões, se sabe pouco sobre a verdadeira identidade ou as características pessoais do autor dos conteúdos.

Na apresentação que faz sobre si mesmo na página pessoal, “tricesimus” se revela da seguinte maneira: “Meu nome é em realidade um pseudônimo muito familiar. Minha intenção com este blog imigrante é escrever um pouco de tudo – que já aconteceu ou vai acontecer – como via de escape e terapia. Todo comentário e opinião é bem-vindo exceto com modos ruins e insultos, ainda que animo desde aqui a fazerem as mais ferozes críticas do que se publique sem duvidar. Uma saudação”. E isso é tudo o que se pode saber sobre o autor do blog e suas intenções em manter a página ativa.



Para começar, não sabemos qual é a profissão, o papel dele na sociedade ou a idade de “tricesimus”. Também não é possível conhecer qual é o país de origem ou em que local ele pode estar vivendo quando publicou os textos do blog. A página pessoal dele é curiosa por tudo isso; porque, ainda que seja mantida por um homem que apenas se identifica com um pseudônimo, ela não deixa de ser uma página bastante pessoal.

Além disso, no texto citado que o autor utiliza para se apresentar, “tricesimus” revela que é um imigrante – mas sem situar o leitor se esta é a situação atual dele ou se foi a situação dele no passado. O autor também comenta que utiliza a página pessoal para desabafar, ao comentar que esta é a uma “via de escape e terapia”.

O blog dele foi selecionado para este estudo de caso graças ao comentário feito pelo autor de La habitación del fondo na página pessoal de Kirai.net no dia 2 de abril de 2008 sobre um texto com o título “Singapur”. Naquela ocasião, o autor de La habitación del fondo se identificou como “jluís”, o que pode nos fazer acreditar que ele pode chamar-se José Luis.

De todos os blogs analisados neste estudo de caso, “tricesimus” participou com algum comentário apenas no blog de Kirai.net. Na ferramenta Technorati não existe nenhuma registro do blog La habitación del fondo.

#### 3.1.6. O blog de Enekochan

A curiosidade despertada pelo Japão, sua cultura, estilo de vida e alta tecnologia está presente também no blog de Enekochan. Criado e mantido por um engenheiro informático que por muito tempo sonhou em viajar para o país “do sol nascente”, esta página pessoal foi atualizada, em média, com 10 novos textos por mês durante o período analisado.

Entre os temas mais frequentes do blog estão os de tecnologia, curiosidades da vida cotidiana do autor e sobre o Japão. Enekochan apareceu, pela primeira vez, na análise dos comentários recebidos por Kirai.net no dia 3 de abril de 2008. Naquela data, o autor do blog satélite manifesta uma opinião neutra a respeito do texto “Super pipí”. Até outubro daquele mesmo ano o blogueiro havia comentado textos de Kirai.net outras duas vezes. Além disso, Enekochan escreveu observações em posts dos blogs Historias de um abstracto, MotomachiCakeBlog, El Pachinko e Ikusuki.

A página pessoal originária de Enekochan foi criada em dezembro de 2007. Em julho de 2009, contudo, o autor do blog decidiu mudar o endereço do site na internet, assim como o desenho da página. Com esta mudança, Enekochan acabou publicando mais informações sobre o seu próprio perfil, revelando, por exemplo, que tinha nascido em “Bilbao no início dos anos 80”. Ele fala também de sua família, de seu interesse pelos computadores e de seu trabalho com a área da informática.

No mesmo texto de apresentação citado, Enekochan comenta sobre o seu fascínio por “quase tudo o que é relacionado com o Japão e a sua cultura”, revelando também que seus pais, antes que ele tivesse nascido, já tinham viajado para o país

asiático. Depois de ter se preparado estudando o idioma japonês, o próprio Enekochan viajou para o Japão no Verão de 2009 – período que não faz parte deste estudo de caso.

Os textos do blog dele apresentam características muito variáveis. É possível encontrar textos escritos por ele ou vídeos que não apresentam quase nenhuma característica pessoal do autor e também é possível encontrar publicações muito pessoais. Como acontece com outros blogs, o de Enekochan não aparece na lista de blogs que tem relevância na internet segundo a ferramenta Technorati.

### 3.1.7. A página pessoal *Blog and the City*

A cabelereira canina que se identifica como Syl mantém um blog dos mais atualizados do universo deste estudo de caso. No período em que fizemos a análise deste trabalho, a autora publicou novos posts quatro vezes por semana, em média. O foco de seus textos é muito variado, mas é bastante frequente a escolha de Syl por conteúdos que ela recebe através de e-mail (correio eletrônico) de seus amigos e/ou internautas que participam no blog. Deste modo, a blogueira aproveita os conteúdos proporcionados pela interação de uma maneira muito mais frequente e direta do que costumamos encontrar quando analisadas as práticas mais comuns deste meio de comunicação.

De todas as páginas pessoais estudadas, o *Blog and the City* é a que mais aceita contribuições de seus leitores. Analisando a lista de blogs que Syl diz acompanhar na apresentação de seu perfil, é possível afirmar que ela é uma pessoa viciada nas páginas pessoais disponíveis na internet. O blog de Syl foi selecionado devido ao comentário que ela fez no post “Pichafuente” de Kirai.net no dia 4 de abril de 2008. Até outubro daquele mesmo ano, Syl tinha publicado pelo menos outros dois comentários em Kirai.net.

Entre os interesses da blogueira estão os últimos lançamentos tecnológicos, diferentes produtos culturais (cinema, livros, animes, mangás, etc.) e todos os tipos de animais – “e os cães em particular” como ela mesma comente em seu perfil no blog. Outros temas que se fazem presentes no blog são os de curiosidades sobre os comportamentos, brincadeiras e vídeos engraçados que ela vai colecionando durante o tempo – muitos de eles enviados pelos leitores do blog.

Segundo a própria apresentação da blogueira, ela vive em Sant Adrià de Besòs, em Barcelona, na Espanha. Quem visita o perfil dela poderá ainda conhecer uma lista de seus livros, músicas e filmes preferidos, além de dezenas de blogs que a cabelereira canina afirma acompanhar. Chama a atenção que a autora do blog expõe muito de sua personalidade e de seus gostos na apresentação da página pessoal mas, por outro lado, nos textos do blog ela apresenta um nível de personalização dos conteúdos muito variável mas que, geralmente, se revelam normalmente pouco pessoais.

Depois de um período de análise, parece evidente – até por movimentos e ações da autora do blog para disseminar a sua página pessoal na internet – que *Blog and the*

City foi criado e mantido com o objetivo de converter-se em uma página popular na internet mais que para expor os gostos, interesses ou particularidades da vida da autora. Essa é uma maneira diferenciada – ainda que não isolada ou única – de manter uma página pessoal na internet. Vale comentar que Blog and the City aparece em Technorati com um nível de autoridade um – o mais baixo possível entre os blogs que conseguiram aparecer no ranking de avaliação da ferramenta Technorati.

#### 3.1.8. O blog *Lusanagi's corner*

Assinado por um autor que utiliza o pseudônimo de Lusanagi Nightroad, este blog apresenta um volume de atualizações de quase cinco novos posts por semana. Como a maioria das páginas pessoais na internet, Lusanagi's corner pode ser atualizado más de uma vez em um dia e, depois, passar alguns dias e até semanas sem nenhuma atualização. Ainda assim, o blog de Nightroad apresenta no período estudado um volume interessante e constante de novos posts.

O autor do blog não revela o seu nome próprio mas torna públicas outras informações pessoais, como a idade dele e o papel que ele desempenha na sociedade. Identificado como uma pessoa atuante do “setor de engenharia”, Nightroad vive m San Juan del Río, no Estado mexicano de Querétaro. A página pessoal dele foi criada em abril de 2006 e se manteve ativa até fevereiro de 2009, quando o blog mudou de endereço eletrônico, de nome e de design.

Lusanagi Nightroad foi selecionado para o estudo de caso depois de ter comentado o post “Akechi Mitsuhide” de Kirai.net no dia 6 de abril de 2008. Interessado pela tecnologia e pela cultura japonesa, Nightroad publicou em sua página pessoal muitos textos sobre produtos e novidades na área de tecnologia e, especialmente, sobre videogames. No período analisado por este estudo de caso, o autor de Lusanagi não comentou em outros blogs que não o de Kirai.net. O nível de personalização dos conteúdos do blog é bastante variável. Mas faz parte do pacote de conteúdos alguns textos que revelam aspectos do cotidiano do autor ou da vida que é desenvolvida no México.

Depois de mais de dois anos com o blog Lusanagi's corner, Nightroad mudou a sua página pessoal por outro endereço eletrônico na internet e mudou também o título para L: Reloaded and incoming. A característica da página, contudo, seguiu sendo a mesma, com preferência por temas como da tecnologia e curiosidades da vida pessoal de seu autor. O blog Lusanagi's corner aparece em Technorati com o nível de autoridade um – o mais baixo possível de acordo com a ferramenta.

#### 3.1.9. O blog *L'Orecchio Perduto di Van Gogh*

Um tradutor que vive no Distrito Federal, a capital do México, mantém o blog L'Orecchio Perduto di Van Gogh. A página pessoal de Jean Paul, identificado também como Du Rêve, começou a ser publicada no dia 21 de fevereiro de 2007. Em seu

primeiro ano, o blog foi atualizado em 70 ocasiões, mas nos dois anos seguintes este número diminuiu significativamente.

No período de abril até outubro de 2008, L'Orecchio Perduto di Van Gogh foi atualizado apenas 10 vezes. Em um destes posts, Jean Paul comentava que os textos dedicados ao “artístico ou literário” seriam migrados para outro blog que ele mantinha. No mesmo período de tempo, o autor de L'Orecchio não comentou nenhuma vez em outros blogs que fazem parte desta investigação – apenas em Kirai.net.

Como os temas da arte e da literatura eram alguns dos mais frequentes nas publicações do blog, a página pessoal dele passou a apresentar um número menor de atualizações com a migração que ele fez destes conteúdos. Ainda assim, a arte não desapareceu das publicações de Jean Paul que, frequentemente, intercalava imagens de esculturas ou pinturas com poesias de sua própria autoria ou de autoria de outras pessoas.

L'Orecchio Perduto di Van Gogh foi selecionado para integrar este estudo de caso devido ao comentário de “Yanporu” (como algumas vezes o autor de L'Orecchio se identifica na blogosfera) no post intitulado “Minitemplo en un tronco” publicado em Kirai.net no dia 8 de abril de 2008.

As diferentes identidades utilizadas por Jean Paul merecem uma reflexão em separado neste estudo. Algumas vezes é possível identificar uma mesma pessoa como autora de comentários variados e que são assinados por nomes diferentes apenas para a divulgação do blog que a pessoa criou na internet. Este foi o recurso utilizado para identificar a Jean Paul em Kirai.net e, depois, em suas páginas pessoais.

O conteúdo de L'Orecchio Perduto di Van Gogh é pessoal na medida em que ele expõe sentimentos em forma de poesia, já que Jean Paul utiliza a literatura como o seu canal de expressão.

Ainda que apresente personalidade e manifestação da própria identidade em seus textos, os posts de Jean Paul não manifestam aspectos da vida pessoal do autor da página pessoal – o que converte os mesmos posts em pouco pessoais porque eles não apresentam dados concretos da realidade ou elementos que representam a identidade de seu autor. Para resumir, os textos dele podem ser considerados pessoais e neutros ao mesmo tempo. L'Orecchio Perduto di Van Gogh não aparece em nenhuma busca nos rankings de Technorati.

#### 3.1.10. O blog *Los desvaríos de Konamiman*

O espanhol que utiliza o pseudônimo Konamiman tem a tecnologia e a gastronomia japonesa como dois de seus assuntos preferidos. O blog pessoal dele foi selecionado para este estudo de caso por causa de um comentário que Konamiman fez no post “4 Latas em Shinjuku” publicado no blog Kirai.net no dia 8 de abril de 2008.

No perfil que Konamiman publicou em sua página pessoal, ele revela que vive em Pont D’Inca, localizado em Balerares, na Espanha. Ele também comenta alguns de

seus interesses, como livros, filmes e músicas que ele apreciava, além de definir-se desta forma: “Konamiman é Líder da Sociedade, usuário (autêntico) de MSX, friki da tecnologia e da gastronomia japonesas, e maiorquii ilustre, entre outras coisas”. Como se pode perceber desta apresentação feita no blog, o humor é uma das marcas principais do autor, característica que segue nos textos publicados na página pessoal.

De abril até outubro de 2008 o blog de Konamiman foi atualizado apenas em 12 ocasiões – ou seja, menos de duas vezes por mês. As principais características dos textos publicados por ele são o humor e a exposição de curiosidades de seu cotidiano, de sua família e de seus gostos pessoais. No mesmo período de tempo, Konamiman não fez nenhum comentário em algum dos outros blogs que fazem parte desta investigação doutoral – apenas no blog Kirai.net.

Desde o seu primeiro post, Konamiman manteve as características anteriores – assim como a frequente inserção de curiosidades sobre videogames e de tecnologias em relação com a vida pessoal dele. A página pessoal dele, por ser tão pessoal e ao mesmo tempo pouco atualizada, não aparece no ranking de Technorati.

#### 3.1.11. O blog *The David Blog*

O engenheiro informático David Marí lançou no dia 6 de setembro de 2007 a sua página pessoal na internet. Ele se apresentava desta forma na seção “sobre mim” do blog: “Nasci na Ilha de Eivissa em 1974. Estudei em Barcelona engenharia técnica de telecomunicações, engenharia eletrônica e um MBA. Atualmente estou ‘starting up something’”.

Um comentário do autor do blog no post “4 Latas em Shinjuku”, publicado no dia 8 de abril de 2008 em Kirai.net colocou o blogueiro neste estudo de caso. No período de abril até outubro daquele mesmo ano David Marí publicou uma média de um novo post por semana.

Interessado pela vida e pela cultura do Japão, no primeiro mês os textos que ele publicou tiveram ligação com a experiência que ele obteve em território japonês. Depois, seus posts fazem referência a vivências que o autor teve no ambiente profissional ou no âmbito pessoal, assim como com os temas tecnologia, esportes, música e eventos que ocorreram na Espanha.

O nível de personalização de *The David Blog* é, na média, alto. O autor da página pessoal emite opiniões sobre acontecimentos que ele viveu e temas variados. O interesse de David Marí pelo Japão fez com que ele participasse nos blogs Kirai.net e Escucha japonês com comentários. Essencialmente pessoa e pouco conhecida, a página pessoal dele não aparece no ranking de blogs de Technorati.

### 3.1.12. O blog *Escucha japonés*

Uma das páginas pessoais mais conhecidas entre as pessoas que falam espanhol e estão interessadas na vida no Japão e no idioma japonês, o blog *Escucha japonés* foi incluído neste estudo de caso devido ao comentário de “ale/pepino” no post “Prohibido mirar” publicado por Kirai.net no dia 9 de abril de 2008.

“ale/pepino” é uma das assinaturas utilizadas por Alejandro Cremades Rocamora, um dos autores de *Escucha japonés*, na internet. A outra pessoa responsável pelos conteúdos do blog é a esposa de Alejandro Cremades Rocamora, a japonesa Ai Kaijo.

Ainda que o blog de Alejandro e Ai seja destinado a ensinar expressões e o vocabulário japonês, com a publicação de vídeos em que aparecem Alejandro, Ai e convidados, a forma com que o casal expõe com muito humor os conteúdos da página pessoal, assim como as suas próprias vidas e cotidiano, torna o conteúdo da página mais pessoal do que com caráter temático.

No período de abril até outubro de 2008, Alejandro e Ai publicaram a média de um novo post por semana. Os temas abordados pelos vídeos são variados, mas todos tem como principal objetivo ensinar expressões em japonês com correspondência ao idioma espanhol.

Como afirmam na apresentação do blog, Alejandro e Ai fazem parte do grupo de rock Pepino, conhecido por utilizar sons e trilhas sonoras do videogame Game Boy em suas composições. Segundo o texto de apresentação de *Escucha japonés*, Ai é japonesa que nasceu em Yamaguchi e Ale é espanhol de Alicante. O casal vive em Fukuoka, aonde mantém o projeto de Pepino (que também tem a sua própria página pessoal) e *Escucha japonés*.

Na página pessoal de Alejandro e Ai é possível acessar a uma publicidade sobre o livro *Soñar con Japón*, uma publicação fotográfica sobre o país feita pelo autor de *Escucha japonés*, Alejandro, e assinada também por Héctor García (autor de Kirai.net), David Esteban (que mantém o blog Flapy in Japan), David Morales (autor de Nihoneymoon) e Javier Serrano (blogueiro de MotomachiCakeBlog).

Como o texto de divulgação desta obra comenta, todos estes nomes fazem parte de um grupo de amigos que, juntos, publicaram o primeiro livro fotográfico sobre Japão feito exclusivamente por espanhóis. É importante comentar que este pequeno grupo também é responsável por manter os blogs temáticos sobre Japão mais conhecidos da blogosfera escrita em espanhol. Curioso que, ainda que bastante conhecido pelos adeptos do tema Japão entre os espanhóis, o blog *Escucha japonés* aparece apenas com o nível de autoridade 1 no site Technorati.

Dos blogueiros estudados, “ale/pepino” (ou Alejandro Cremades) está entre os que mais participam de outras páginas pessoais que fazem parte deste estudo de caso. Além de participar com comentários no “blog solar” de Kirai.net – como todos os demais blogueiros –, ale/pepino emitiu opiniões sobre textos de Enekochan, Los desvaríos de Konamiman, (más) Historias de un abstracto, MotomachiCakeBlog, El Pachinko e Ikusuki.

Alguns destes blogueiros são também amigos pessoais fora da internet – como se pode perceber pelo nome dos autores do livro do qual Cremades fez parte –, mas parte dos nomes apenas formam parte de uma rede de comunicação que orbita ao redor do “blog solar” de Kirai.net.

#### 3.1.13. A página pessoal Jarfil's Blog

O blog pessoal de Jaroslaw Filiochowski – não é possível saber se esta é a identidade verdadeira do autor – começou a ser publicado em dezembro de 2004. Ele é um dos mais antigos entre os que foram analisados por este estudo do caso. Mas a antiguidade do blog não significa um volume maior de publicações ou uma maior carga de personalização dos conteúdos.

Jaroslaw Filiochowski se identifica normalmente com a forma abreviada JarFil, tanto nos comentários que ele fez em Kirai.net no dia 9 de abril de 2008, quando foi publicado o post “La empresa más antigua del mundo”, quanto na identificação que ele mantém em sua própria página pessoal.

No período de abril até outubro de 2008, JarFil publicou uma média de dois textos mensais em seu blog. Algo que caracteriza as publicações dele é o nível alto de personalização dos conteúdos e uma presença forte do humor como parte dos textos. No mesmo período, Jaroslaw comentou apenas em Kirai.net, sem publicar comentários em qualquer outro blog que faz parte desta investigação.

Os assuntos que mais parecem interessar a Filiochowski são os da tecnologia, curiosidade do cotidiano do autor, a comparação entre a cidade aonde vive (Bilbao, na Espanha) com outras partes do mundo, assim como aspectos diversos da vida pessoal do blogueiro.

Mesmo que apresente temas e uma forma de escrever bastante pessoais, o autor não deixa claro dados importantes para traçar sua identidade, como são o seu papel na sociedade ou a sua idade. Interessante perceber que o pouco conhecido Jarfil's Blog registra, na ferramenta Technorati, o nível de autoridade um, o mesmo do blog Escucha japonês, apenas para citar um entre os exemplos deste estudo, sendo que o blog Escucha japonês tem muito mais visibilidade na blogosfera espanhola.

#### 3.1.14. O blog (más) Historias de un abstracto

O desenhista gráfico identificado como “f.valenciano” ou apenas como “fvalenciano” publica um dos blogs com maior carga pessoal e de maior qualidade entre as páginas pessoais que foram analisadas para este estudo de caso.

Uma das características da página (más) Historias de un abstracto é que o autor do blog não publica um perfil cheio de dados pessoais, como faz Héctor García em Kirai.net, e sim se expõe muito mais em cada um dos posts que publica em sua página pessoal.

O blog de fvalenciano começou a ser publicado no dia 12 de fevereiro de 2008. Mas o autor do blog já tinha começado, em outro endereço na internet, o blog Historias de un abstracto, criado no dia 18 de outubro de 2006.

A principal alteração percebida na comparação do primeiro blog e do segundo foi o desenho das páginas, a apresentação e a característica dos conteúdos. No blog original, Historias de un abstracto, “fvalenciano” se apresentava no perfil da página pessoal como um homem de 31 anos que vivia em Barcelona, na Espanha, e poucas informações além desta.

No seu primeiro post em Historias de un abstracto (que, vale dizer, não está sendo analisado neste estudo de caso, mas que pode nos trazer informações importantes sobre o autor do blog (más) Historias de un abstracto), “fvalenciano” comenta que percebe a publicação de um blog como “uma espécie de diário” que não permanece escondido e que pode abrigar verdades ou mentiras escritas pelos autores destas páginas para entreter os seus leitores.

Em seus primeiros posts no blog original de 2006, “fvalenciano” já expôs o seu apreço pela cultura japonesa. No segundo blog criado por ele, aquele que faz parte deste estudo de caso, o interesse do autor pelo país oriental se tornou ainda mais evidente. Os post publicados por “fvalenciano” exploram acontecimentos do cotidiano do autor e seus gostos pessoais, basicamente.

Estas características, somadas ao hábito do autor em responder a muitos dos comentários dos internautas que interagem com ele no blog, fazem com que as opiniões destas pessoas que se correspondem com “fvalenciano” refletem com muito maior frequência as opiniões do blogueiro – muito mais do que a média dos outros blogs estudados.

(más) Historias de un abstracto foi selecionado para fazer parte deste estudo de caso devido ao comentário de “fvalenciano” publicado em Kirai.net no dia 10 de abril de 2008. Fascinado pelos temas abordados por Héctor García, “fvalenciano” publicou pelo menos outros dois comentários em Kirai.net até outubro de 2008.

No período de abril até outubro de 2008, o blog de “fvalenciano” foi atualizado em uma média de quase cinco vezes por semana. Os textos do blog falavam, neste período, essencialmente da experiência que o autor da página teve no Japão, local em que ele viveu durante um período de tempo.

Preocupado com a apresentação e a questão estética de sua página pessoal, “fvalenciano” teve como costume a publicação de textos intercalados com fotos – a maioria destas imagens da própria autoria do blogueiro. Vale comentar que o blog estudado foi desativado no dia 7 de janeiro de 2010, quando “fvalenciano” começou outro blog, com o mesmo nome do anterior, mas que apresentava um endereço diferente na internet e um desenho gráfico também distinto.

Além de fazer comentários em Kirai.net, “fvalenciano” publicou opiniões na página pessoal MotomachiCakeBlog e também no blog Ikusuki. Ainda que receba comentários de diferentes blogueiros, a página pessoal (más) Historias de un abstracto não aparece no site Technorati.



### 3.1.15. A página pessoal *Blog de Jokinsu*

O engenheiro informático Jokin lançou a sua página pessoal na internet no dia 7 de março de 2006. Segundo o primeiro post do blog, Jokin já tinha experiência de outras páginas pessoais publicadas antes dele criar o Blog de Jokinsu.

O principal objetivo dele com o blog, segundo as próprias palavras de seu autor, era de “recompilar tudo o que é de interesse (meu interesse e de aqueles que tem os meus hobbies, inquietações...) do que leio diariamente na blogosfera”. Para resumir, Jokin queria publicar textos próprios assim como publicações de outras pessoas na internet que pudessem trazer informações de temas que são interessantes para ele.

No período de abril até outubro de 2008 estas características expostas no primeiro post do blog seguiam válidas. Jokin, que na internet se identifica pelo pseudônimo Jokinsu, mantém uma média de publicações de quase um novo post por dia.

Tecnologia, curiosidades da internet e da natureza, fotografias de diferentes autores, publicidade e meios de transporte variados são alguns dos temas mais explorados pelo autor em sua página pessoal na internet. Durante o período de análise desta investigação Jokin não fez comentários em outro blog do estudo a não ser no de Kirai.net.

Os textos do Blog de Jokinsu utilizam diferentes recursos multimídia, especialmente com a publicação de fotografias e de vídeos. Mesmo utilizando recursos diversos para manifestar os seus gostos, o autor do blog, na maioria das vezes, apresenta poucos posts com opiniões ou mesmo dados da vida pessoal de Jokin.

A alta frequência de atualizações do blog se justifica, desta maneira, também por uma baixa exposição de seu autor, que muitas vezes se limita a escrever sobre novidades na área de tecnologia ou, o que é ainda mais comum, em reproduzir vídeos ou notícias interessantes que o autor do blog encontra em outras páginas na internet.

Ainda que menos pessoal, o Blog de Jokinsu entra na categoria dos blogs que interessam para este estudo de caso porque revela, de diferentes formas, os gostos e hobbies do autor da página pessoal. Este blog foi selecionado devido ao comentário de “Jokinsu” no dia 10 de abril de 2008 no post “Tren IKEA” publicado em Kirai.net. No site Technorati o Blog de Jokinsu aparece com o nível de autoridade um.

### 3.1.16. A página pessoal *MotomachiCakeBlog*

O casal Vito e Yito mantém desde o dia 26 de outubro de 2005 a página pessoal MotomachiCakeBlog atualizada na internet. Desde o seu primeiro post, Vito – que é quem, em quase todas as ocasiões, atualiza a página pessoal dos dois – destaca

informações do cotidiano e o modo de vida das pessoas que, como ele e Yito, vivem na cidade de Kobe, no Japão.

Como outros blogs de espanhóis que vivem em um país oriental, a página de Vito e Yito se apresenta como uma espécie de diário da vida de um imigrante que, em um país estrangeiro que ele gosta e admira, pouco a pouco passa a considerar esta nação como sua.

Os textos escritos por Vito são bastante pessoais, e não somente porque eles expõem experiências do casal, mas especialmente porque as publicações feitas no blog promovem uma leitura da vida na cidade de Kobe de uma forma muito particular. Quase todos os posts buscam elementos de humor e curiosos do cotidiano, além de fazer a publicação de muitas fotos com qualidade tiradas em Kobe e em outras cidades japonesas.

No texto de apresentação do blog, o casal se identifica desta maneira: “Sobre nós dois – Pois simplesmente Yito e Vito, uma japonesa e um espanholzinho que vivem tranquilamente em Kobe, ali pertinho de Osaka, gente comum, e de Betis :-D. Sempre encantados por dividir algumas das nossas vivências com vocês. Yito é natural de Shiga, mais concretamente de Kusatsu, Vito é de Sevilha, do bairro de La Macarena. Um dia Yito decidiu sair da cidade da Giralda para aprender isso do flamenco e ali começou tudo...”.

A página pessoal de MotomachiCakeBlog foi selecionada para este estudo de caso devido ao comentário de “Javi Kobe”, que é uma das identidades utilizadas por Vito na internet, no post “El coreano de la batería” publicado por Kirai.net no dia 15 de abril de 2008. Desde abril daquele mesmo ano e até outubro, que foi o período de análise estabelecido neste estudo de caso, Javi Kobe fez ao menos outros quatro comentários em Kirai.net.

Como foi citado anteriormente, quando do comentário sobre o livro Soñar con Japón, Vito de MotomachiCakeBlog, Héctor García de Kirai.net, “Flapy” de Flapy in Japan e David Morales de Nihoneymoon são amigos e dividem alguns projetos em conjunto.

Por isso foi possível perceber que existe uma certa frequência de participação destes blogueiros nas páginas pessoais uns dos outros através de comentários ou de contribuições de conteúdo. De forma concreta, foram encontrados e analisados comentários de Vito em Kirai.net e em (más) Historias de un abstracto.

No período desta análise, MotomachiCakeBlog publicou quase dois novos textos por semana. Todos estes textos imprimindo um olhar muito particular de seus autores sobre a vida em Japão – as publicações levam a assinatura de Vito mas, algumas vezes, especialmente quando são publicados parágrafos em japonês, é possível perceber a participação de Yito na elaboração dos conteúdos.

Ainda que a apresentação do blog e os textos que são publicados na página pessoal com certa periodicidade revelam elementos de identidade importantes do casal, outros dados, especialmente os que estão relacionados as idades ou aos

papéis sociais dos dois não aparecem nas publicações feitas na página. MotomachiCakeBlog aparece em Technorati com um nível de autoridade um.

#### 3.1.17. O blog *Drutz*

A página pessoal do pseudônimo “artdyl” foi lançada na internet no dia 17 de fevereiro de 2007. O primeiro texto publicado no blog fazia uma crítica mordaz a um cardeal alemão que buscava ser eleito presidente de um partido ao mesmo tempo em que esperava pelo nascimento de um filho seu de uma relação extramarital.

No dia seguinte, “artdyl” revelava que, “apesar de tudo”, lhe encantava o presidente dos Estados Unidos George W. Bush. Estes dois textos, que não fazem parte deste estudo de caso, são citados porque eles demonstram ser bem ilustrativos do tipo de conteúdos do blog Drutz.

Os temas de política, religião, literatura e demais assuntos da atualidade dominam os discursos de “artdyl”. Mas ao mesmo tempo que o autor aprecia expor suas opiniões muitas vezes polêmicas, ele não revela muitas informações em seu perfil. Um leitor de Drutz não sabe, por exemplo, o nome verdadeiro por trás do pseudônimo “artdyl”, muito menos o rol social ou a idade dele.

Essa característica de alguém se expor de forma polêmica através de seus textos ao mesmo tempo em que não revela a sua própria identidade é algo frequente na internet – especialmente quando a pessoa pode sofrer algum tipo de represália por suas ideias “alternativas” ou polêmicas na comparação com os discursos mais comuns e/ou mesmo se compararmos com a prática de publicação de dados feitas pelos meios de comunicação depois de um longo processo de conferência de dados.

O blog de Drutz foi selecionado para este estudo de caso devido ao comentário de “artdyl” feito para o texto “Churosu – Churros” publicado por Kirai.net no dia 15 de abril de 2008. No período de abril até outubro daquele mesmo ano, o blog Drutz foi atualizado apenas em oito ocasiões – o que nos leva a uma média de pouco mais de uma nova publicação por mês. No mesmo período de tempo, o autor do blog não comentou em outras páginas pessoais que fazem parte desta investigação – apenas no “blog solar” de Kirai.net.

De todos os blogs estudados, este é o que menos foi atualizado no período em que compreende este estudo de caso. Buscando por Drutz em Technorati, não foi possível encontrar nenhum registro do blog no ranking que mede a autoridade das páginas na blogosfera.

#### 3.1.18. O blog *El Pachinko*

A página pessoal criada pelo jornalista Pau e pela filóloga e professora Vero equilibra características de um blog pessoal com as de um site que tem um perfil profissional. O mesmo que ocorre com o “blog solar” Kirai.net. Blogs com estas características revelam muita personalidade e dados de identidade de seus autores ao

mesmo tempo que tem alguma função de divulgar o trabalho e/ou buscar novas oportunidades de negócios para os seus criadores.

Uma das maneiras de definir um blog é que este tipo de página na internet pode ser visto como um diário pessoal. Este argumento é válido para o blog de El Pachinko, por exemplo. Mais que falar dos gostos e hobbies de seus autores, esta página pessoal se apresenta como um diário das viagens que o casal costuma fazer por diferentes partes do mundo. Por ter esta característica, a página pessoal deles também serve como um cartão de visitas de Pau que é, em realidade, o principal autor do blog.

Na seção “About – contact”, o blog é apresentado da seguinte forma: “Bem-vindos ao blog de Pau e Vero. El Pachinko nasceu em março de 2008 para compartilhar com todo o mundo as experiências de nossas viagens. Sobre Pau – Sou licenciado em Jornalismo, ainda que atualmente me dedico às relações públicas e sou community manager de Noteca e responsável pelo marketing online e social media em Syameses Comunicación. Adoro viajar, principalmente pela Ásia. Sou viciado em blogs e na internet. Sobre Vero – Sou licenciada em Filologia Catalã e me dedico a dar aulas de valenciano a estudantes de segundo grau e bacharelado. Adoro a moda, a decoração e o meu vilarejo Balones”. Além destas informações, Pau e Vero divulgam outros canais nas páginas de mídias sociais aonde as pessoas podem acompanhar as suas rotinas e outras publicações feitas por eles.

Entre os assuntos de interesse do casal, especialmente o gosto de Pau e Vero pelas viagens e pela culinária, podem ser conferidos nos textos do blog mantido por eles. No período de abril até outubro de 2008, El Pachinko foi atualizado em uma média de quase uma nova publicação de post por dia.

Outra característica do blog é refletir o costume que Pau tem de participar de concursos na blogosfera e de interagir com outros blogueiros como uma forma de trocar informações e estabelecer uma rede de contatos na internet.

El Pachinko foi selecionado para este estudo de casa por causa do comentário de “Prognatis” – pseudônimo de Pau na blogosfera – no dia 16 de abril de 2008 para o post “Campana budista” do blog de Héctor García.

Além de participar de comentários em outros textos de Kirai.net, Pau (ou “Prognatis”) escreveu comentários nos blogs Enekochan, (más) Historias de um abstracto, MotomachiCakeBlog e Ikusuki. Mesmo com todo o esforço dos autores de El Pachinko em divulgar a página pessoal que eles mantêm na blogosfera, o blog registra apenas o nível de autoridade um em Technorati.

#### 3.1.19. O blog *Morgan’s Bloggin’ XP*

A página pessoal do engenheiro informático Alberto Sánchez Galán foi criada em abril de 2006 e começou debatendo temas que eram importantes para a Espanha naquela época. Ex-aluno da Universidade Politécnica de Madri, Sánchez utiliza o

pseudônimo de Morgan na internet, tanto para assinar os seus textos no blog como nos comentários que ele escreve em outras páginas pessoais na internet.

O blog Morgan's Bloggin' XP foi selecionado para o estudo de caso devido ao comentário de "Morgan" no post "Más cosas sobre el libro", publicado em Kirai.net no dia 17 de abril de 2008.

No período de abril até outubro daquele mesmo ano, Sánchez atualizou o seu blog uma média de cinco a seis vezes por semana. Naqueles mesmos meses, da lista de páginas pessoais que faz parte desta investigação, Sánchez comentou apenas no blog de Kirai.net.

Os temas que predominam nos textos do autor são muito variados, mas todos têm em comum o costume de seu autor em opinar sobre assuntos tão diferentes como são os programas televisivos, a economia, o marketing e a publicidade, as ferramentas tecnológicas, os filmes, etc., além do gosto do blogueiro pelos lobos.

O nível de personalização dos textos também é variável. Temos como os programas de TV e os eventos promovidos na Espanha resultam em conteúdos mais carregados de opinião do autor, enquanto a publicação de vídeos musicais ou comentários sobre ferramentas tecnológicas são acompanhados de poucos elementos de identidade pessoal de "Morgan".

É um dado curioso que Morgan's Bloggin' XP não traz uma apresentação clássica de seu autor. Alguém que visite apenas o blog dele não sabe que se trata da página pessoal de Sánchez – esta informação só pode ser acessada através do Facebook, com um link para esta mídia social divulgado no blog.

Por não focar com muita clareza temas específicos – como é o caso de Japão ou da tecnologia, a exemplo de Kirai.net e outras páginas pessoais que compõe este estudo de caso – ou mesmo ser muito conhecido na blogosfera, Morgan's Bloggin' XP não aparece na lista de páginas pessoais registradas por Technorati.

#### 3.1.20. O blog *Fizban's Diary*

A página pessoal Fizban's Diary foi selecionada para este estudo de caso devido ao comentário de "Darkho" no post "Nube lenticular sobre el Monte Fuji" publicado em Kirai.net no dia 17 de abril de 2008.

Publicado por um estudante que utiliza os pseudônimos em internet de "drakonium", "Darkho" e "fizbancito", o blog traz informações dos acontecimentos importantes da vida de seu autor assim como textos que tratam de assuntos que lhe parecem interessantes – dentre os quais é possível destacar, em especial, o cinema, os videogames e os esportes.

O blog de "Darkho" foi criado no dia 22 de setembro de 2007. A primeira publicação do blog se intitulava "Sobre Mí" e apresentava, essencialmente, os dados principais do autor do blog. Como Fizban's Diary não tem nenhuma seção que traz

dados sobre o autor da página pessoal na internet, esta primeira publicação acaba por apresentar-se como a única fonte de informação precisa a respeito de “Darkho”.

O texto que dá início ao blog revela que o seu autor se chama Jaime de los Dolores García e que, naquela época, ele vivia em Fuenlabrada, bairro de Madri, ainda que a sua cidade natal fosse Salamanca. Em 2007 García tinha 24 anos e estudava “um módulo de formação profissional de Administração de sistemas informáticos”.

Em seu texto, García comentava ainda que não tinha namorada e que era uma pessoa “reservada, introvertida, ainda que às vezes isso não se nota”. Também escreveu sobre alguns de seus assuntos de interesse, como estilos de música que lhe interessavam, literatura e o cinema.

No mesmo dia 22 de setembro de 2007, quando o blog começou, García publicou outro texto, muito mais comprido, sobre a “sua geração”, se classificando como “uma pessoa do grupo dos que haviam nascido nos anos 1980 ou pouco antes, pouco depois”. Estes dois textos publicados no começo do blog, sem dúvida alguma, são os dois mais pessoais que o autor da página pessoal já publicou – pelo menos até o final do período de análise de conteúdo feito para este estudo.

Mas nosso recorte temporal para a investigação nos leva aos meses de abril até outubro de 2008, período posterior ao dos textos citados. Neste período, “Darkho” publicou uma média de um novo post por semana.

Quase todos trataram de temas como novos filmes, curiosidades dos videogames, na televisão ou em vídeos disponibilizados na internet. Temas que ganharam as capas de jornais na Espanha também serviram como fonte de inspiração para o blogueiro que busca sempre imprimir um toque pessoal em seus novos textos. No mesmo período de abril até outubro de 2008, García não publicou comentários em outros blogs que fazem parte desta investigação – somente escreveu comentário no blog Kirai.net.

Em janeiro de 2009 García mudou seu blog para outro endereço na internet. Mas essa mudança ficou restrita a um novo endereço, porque o perfil da página pessoal seguiu sendo o mesmo. Seriados televisivos, filmes de cinema, videogames, críticas para a imprensa espanhola e outros temas importantes para o país de origem do autor do blog continuaram sendo tratadas nas postagens de “Darkho”. A página principal dele, divulgada no blog de Kirai.net, não aparece nos registros de blogs com alguma relevância na rede de Technorati.

#### 3.1.21. O blog *Negro's Cave*

O internauta que se identifica como NeGrO começou a publicar seu blog pessoal no dia 27 de junho de 2005. Depois de uma rápida apresentação que, na realidade, não traz nenhuma informação sobre a identidade real do blogueiro, NeGrO escreveu

um texto sobre uma série de anime. O gosto dele por este e outros produtos culturais que tem origem no Japão é tratada com frequência na sua página pessoal.

O blog Negro's Cave não apresenta nenhuma seção de apresentação do blogueiro, mas através dos textos do autor da página pessoal é possível saber, por exemplo, que "NeGrO" trabalha como empregado em uma loja de impressão. Mas isso é tudo. O internauta que não conhece o autor do blog pessoalmente acaba sem saber o nome dele, sua idade e as demais informações que ajuda a identifica-lo.

O interesse de NeGrO pelos animes e todos os temas que estão relacionados com o Japão levou o internauta a participar com uma certa frequência em blogs como o de Kirai.net.

Um comentário dele na página pessoal de Héctor García no dia 18 de abril de 2008 para o post "UMPC con Windows Vista" incluiu o blog de NeGrO neste estudo de caso. Além do blog de Kirai.net, NeGrO comentou posts publicados em outras cinco páginas pessoais analisadas nesta investigação, a saber: Escucha japonês, (más) Historias de um abstracto, MotomachiCakeBlog, El Pachinko e Ikusuki.

No período de abril até outubro de 2008 o blog Negro's Cave foi atualizado em seis ocasiões, o que representa a publicação média de menos de um novo post por mês. Analisando o histórico desta página pessoal, o blog apresenta uma média baixa de atualizações.

Consultando a página web em janeiro de 2010, um leitor de Negro's Cave encontraria como o texto mais recente um post do dia 10 de novembro de 2008. Ou seja, o blog praticamente foi desativado. Mesmo com poucas atualizações e uma contagem de leitores menor que a de outros blogs, Negro's Cave aparece com um nível de autoridade um em Technorati.

### 3.1.22. O blog *What Time Sailing?*

A página pessoal dos internautas que se identificam como "lpae" e "toni\_power" estreou no dia 10 de outubro de 2006. Os dois primeiros textos do blog What Time Sailing? revelam uma das características desta página pessoal na internet: o equilíbrio entre textos que tratam de curiosidades sobre temas diversos e aqueles que refletem sobre fatos da realidade dos autores do blog.

Um dos textos do blog, publicado no dia 10 de dezembro de 2006, foi assinado por "lpae", e outro, do mesmo dia, por "toni\_power". Como What Time Sailing? não abriga nenhuma página de apresentação de seus autores, o internauta que visita a página pessoal na internet desconhece seus nomes reais, idades e papéis desempenhados na sociedade.

No período de abril até outubro de 2008, meses em que os blogs deste estudo de caso foram analisados, a única informação sobre os autores que foi possível verificar em algum post da página pessoal é que os dois vivem na Espanha.

No mesmo período de tempo comentado, What Time Sailing? foi atualizado em uma média de uma vez a cada dois dias e seu autor publicou comentários apenas no blog de Kirai.net – não foi possível encontrar comentários em mais nenhum dos blogs pessoais que fazem parte desta investigação.

Os textos publicados por “lpae” e “toni\_power” são muito variados, mas eles essencialmente narram experiências pessoais dos autores do blog, como viagens que eles fizeram e curiosidades da vida cotidiana dos dois, na mesma medida em que é possível encontrar posts que apresentam vídeos curiosos encontrados na internet, textos sobre tecnologia, esportes, videogames, apresentações culturais, entre outros temas de interesse dos autores da página pessoal.

O nível de personalização muda muito de acordo com o tema de cada post. Os textos sobre viagens ou experiências cotidianas de “lpae” ou “toni\_power” são muito mais pessoais que aqueles que fazem referência a vídeos ou textos curiosos encontrados pelos autores do blog na internet.

What Time Sailing? foi selecionado para este estudo de caso graças ao comentário de “lpae” feito no post “Nishi Shinjuku” do blog Kirai.net publicado no dia 18 de abril de 2008.

Como ocorre com outras páginas pessoais na internet e que mantém uma quantidade de atualizações alta, mas com um nível de personalização de conteúdos e de frequência de visitas bastante variável, What Time Sailing? aparece em Technorati com um nível de autoridade um.

### 3.1.23. O blog *Drop the leash*

A página pessoal do estudante Victor Garcia estreou na internet no dia 23 de agosto de 2006 com a publicação de dois textos. Em um deles, Garcia comentava sobre a pouca experiência que ele tinha na blogosfera, enquanto no outro texto ele comentava sobre a culinária japonesa, um de seus interesses. Com o título “Wasabi”, este segundo texto revelava a tentativa de Garcia em preparar em sua casa em Barcelona algumas variedades de sushi.

O apreço do blogueiro pela culinária, a cultura e a história do Japão levou o autor a participar com comentários no blog de Kirai.net, uma das páginas pessoais na internet escritas em espanhol mais conhecidas por tratar, justamente, destes temas. Um comentário de Victor Garcia no post “Precios electrónicos”, publicado por Kirai.net no dia 22 de abril de 2008, incluiu ele nesta investigação.

No período de abril até outubro de 2008, Drop the leash foi atualizado em uma média de seis vezes a cada mês. Como deixa claro já na linha de apoio que acompanha o título de seu blog, Garcia escreve sobre temas como literatura, arte, música, cinema e tecnologia, principalmente. No período de tempo citado, o autor do blog não fez nenhum comentário em outra página pessoal que integra esta investigação a não ser na página de Kirai.net.



Além destas áreas de expressão cultural, o blogueiro comenta sobre eventos que ele presencia em Espanha, como o Sant Jordi, tradicional celebração do mês de abril na Catalunha, ou sobre alguns dos gostos dele relacionados com o Japão.

Independente do tema proposto pelo blogueiro, seus textos são caracterizados pela manifestação da opinião de seu autor e/ou pela descrição de algumas das experiências pessoais que ele ou ela experimentou. Um internauta que faça uma visita a página pessoal deste autor poderá, ao acessar o perfil do blogueiro, conhecer dados como sua idade, seu rol social e que ele vive na cidade de Barcelona, na Espanha, por exemplo.

Garcia também divulga links para um portfólio digital que apresenta trabalhos dele em devianART e para um álbum de fotos dele publicado em Picasa. No portfólio do blogueiro é possível acessar a alguns desenhos variados – muitos inspirados na cultura japonesa, especialmente do tipo animes e mangás – e também é possível acessar a uma lista de gostos do blogueiro.

Mesmo apresentando um nível de autoridade 1 em Technorati, Garcia decidiu fechar o blog que ele tinha no dia 6 de outubro de 2009. No post que ele publicou naquele dia, no qual o blogueiro informa a seus leitores sobre sua decisão, ele escreveu: “Por desmotivação e poucos visitas eu decido (e faz tempo) fechar o blog. Talvez eu deixe as entradas antigas disponíveis durante alguns meses até que apague o blog definitivamente”.

#### 3.1.24. O blog *Kalimotxo*

O blog pessoal do engenheiro informático identificado com o pseudônimo “MnGyver” foi selecionado para este estudo de caso depois que o seu autor fez um comentário no post “Anuncio de Mario Kart Wii” publicado por Kirai.net no dia 22 de abril de 2008.

Fascinado pelo tema dos videogames, assim como da tecnologia, da fotografia e dos seriados televisivos, “MnGyver” busca textos que abordem estes temas para comentar em blogs como o de Kirai.net, assim como para produzir conteúdo em sua própria página pessoal.

No período de abril até outubro de 2008, “MnGyver” publicou uma média de dois posts novos a cada semana. O nível de personalização das publicações dele se mostra bem variável, mas tende a ser mais carregada de opinião e/ou de elementos de identidade do blogueiro quando ele aborda assuntos que fazem parte do seu cotidiano ou da vida que ele leva na Espanha.

O internauta que acessar as informações do perfil de “MnGyver” descobre sua idade, o setor econômico no qual ele trabalha – que é o da internet – e a cidade aonde vive, Madri. A página pessoal de Kalimotxo começou no dia 12 de janeiro de 2007. A primeira entrada do blog, intitulada “Episodio cero”, traz uma espécie de “manual de intenções” de seu autor.

Vale citar parte do conteúdo da entrada “Episodio cero”: “(...) Há várias razões (para começar a escrever um blog), como que eu sempre tenho coisas raras para contar ou que minha mãe diz que agora eu lhe conto menos coisas que antes (claro, não vivo com eles e lhes vejo menos). A ideia é escrever sobre qualquer coisa que me chame a atenção, e se eu posso colocar junto imagens, melhor. (...) A respeito do nome (do blog), bem, já sabem que eu adoro o kalimotxo, que por muitos anos ando experimentando um site sobre kalimotxo (que de momento não está configurado), e que fiz kalimotxo em todos os países que visitei desde que eu o provei pela primeira vez (...).”

Neste resumo das intenções do blogueiro se pode comprovar algo que muitos autores das páginas pessoais imaginam: que os seus textos serão lidos, basicamente, por pessoas que lhe conhecem pessoalmente.

Muitos dos autores que tiveram seus conteúdos analisados para este estudo de caso se comunicam como se estivessem sempre escrevendo para familiares, amigos e/ou demais pessoas conhecidas, sem eles se darem conta que seus blogs, ao fazerem parte do universo amplo da internet, podem ser consultados por qualquer um que tenha um computador e uma conexão à rede de computadores.

No período comum de análise dos blogs, ou seja, de abril até outubro de 2008, o blog de “MnGyver” foi atualizado uma média de duas vezes por semana. A página de Kalimotxo, essencialmente pessoal, é caracterizada pela publicação de textos com acontecimentos da vida de seu autor, e registra um nível de autoridade 1 em Technorati. No período desta análise, “MnGyver” não fez nenhum comentário em outros blogs que fazem parte desta investigação – apenas em Kirai.net.

#### 3.1.25. O blog *Esimio incomprendido*

O engenheiro mecânico Jorge Israel Figueroa publicou os seus primeiros textos no blog pessoal criado por ele no dia 5 de junho de 2005. Interessante observar que, depois de atualizar a página web apenas mais uma vez naquele mês (no dia 15 de junho), Figueroa pegou uma pausa na publicação de novos conteúdos até novembro de 2005. Um costume que não caracterizou ao blogueiro posteriormente, já que Figueroa revelou-se o autor mais produtivo desta investigação de caso.

No período de abril até outubro de 2008 Figueroa, que assina os seus textos na internet com o pseudônimo de JIFF, publicou uma média de quase 53 novos textos no blog a cada mês. Este número nos leva a ter quase dois novos posts por dia. Uma característica que continuou depois deste período e que se revela muito diferente dos primeiros meses de vida do blog, como se comentou anteriormente. No mesmo período de tempo, Figueroa publicou comentários apenas no blog de Kirai.net, sem comentar em qualquer um dos outros blogs que fazem parte desta investigação.

“Esimio incomprendido” foi escolhido para este estudo de caso depois que “JIFF” comentou o post “Tiendas de cámaras de fotos” publicado por Kirai.net no dia 22 de abril de 2008. Como ocorre frequentemente na blogosfera, os internautas que interagem com os produtores de conteúdo se sentem motivados por temas que fazem

parte de seu rol de gostos e interesses. Figueroa é uma pessoa fascinada por fotografia, tecnologia e assuntos diversos – temas que ele trata em sua página pessoal e que lhe motivam a buscar conteúdos parecidos na internet.

No perfil que tem publicado em “Esimio incomprendido”, Figueroa se descreve como “um geek mexicano que ama o cinema, os quadrinhos, os PC e os jogos de vídeo”. O internauta que se interesse em acessar o perfil completo do blogueiro saberá outros detalhes de sua vida como, por exemplo, que ele trabalha com o setor de engenharia, além de acessar a uma lista de seus interesses, incluindo os seus filmes, livros e grupos de música favoritos.

Uma particularidade do blog de “JIFF” é que suas publicações buscam, normalmente, se configurarem como textos curtos e/ou por entradas cheias de imagens. O autor do blog aprecia, por exemplo, abrir espaço para beldades femininas conhecidas pelos amantes do cinema – especialmente do género de ação. São frequentes os textos publicados em “Esimio incomprendido” que abordam os filmes de maneira crítica, assim como publicações que falam de costumes ou do cotidiano das pessoas que vivem no México.

O nível de personalização das publicações de “JIFF” é variável, mas ele segue a tendência de se expor muito nas entradas de seu blog. Ganham destaque especial os textos em que ele fala de seu trabalho ou de sua vida em Juárez. É curioso, neste sentido, que pouco a pouco Figueroa foi buscando o equilíbrio de textos mais ou menos pessoais em seu blog.

Na primeira fase de sua página pessoal, “JIFF” só escrevia textos sobre sua família e sua vida. Depois, em uma segunda fase, o autor começou a equilibrar este tipo de publicação com outras que apresentavam algumas opiniões suas sobre produtos culturais e outras publicações que só apresentavam informações sem qualquer tipo de opinião – como costumam ser os vídeos que adiantam estreias de cinema ou fotos de personalidades conhecidas do grande público. Com o seu grande volume de atualizações e variedade de temas tratados na página pessoal, “Esimio incomprendido” registra um nível de autoridade 1 em Technorati.

#### 3.1.26. O blog de Ikusuki

A página pessoal do engenheiro informático Oskar, conhecido também pelo pseudônimo de “Toscano”, começou a ser publicada no dia 1 de janeiro de 2006. Um dos espanhóis que vive em Japão mais conhecido na blogosfera, junto com a personalidade de Héctor García, Flapy e um grupo seleta de blogueiros, Oskar utilizou a plataforma das páginas pessoas para lançar projetos pessoais interessantes e que acabaram lhe trazendo dinheiro.

A inserção do blog de Ikusuki na presente investigação ocorreu graças ao comentário de “Toscano” para o post “Llévate la caca a la casa” publicado no blog Kirai.net no dia 23 de abril de 2008. No período de abril até outubro daquele mesmo ano, “Toscano” publicou quase um post novo por dia. A principal característica de sua página pessoal é que ela gira em torno da vida e das atividades profissionais de

Oskar. Além disso, o blog serve de plataforma para muitos de seus projetos paralelos que lhe garantem alguma renda extra.

O primeiro post de Ikusuki analisado neste projeto traz dezenas de fotografias enviadas por internautas que adquiriram uma das camisetas confeccionadas com a marca Ikusuki. Isso porque o blog foi criado – e isso é explicado no post publicado no dia 14 de outubro de 2006 – originalmente como uma loja virtual para a venda das camisetas criadas por Oskar e sua amiga Beatriz e também como plataforma para divulgar uma “agência de viagens organizadas ao País Vasco orientada para cidadãos japoneses”.

Ou seja, inicialmente, o blog tinha um caráter essencialmente para negócios. Mas, na verdade, com o passar do tempo, ele foi mudando suas características –a inda que nunca tenha deixado de promover as camisetas, em especial, e a agência de viagens em um segundo plano.

No texto em que explica o projeto de Ikusuki, datado do dia 14 de outubro de 2006, Oskar torna ainda mais clara as suas intenções: “O tema de Japão vem para a gente do ano 2001 quando fomos viver seis meses em Tóquio. Suponho que vocês podem fazer ideia com o blog de Kirai, mas o fato de viver em um lugar totalmente diferente a qualquer um dos outros que conhecemos, rodeados de orientais que falam muito diferente e comem de forma mais diferente ainda, nos deixou totalmente modificados. A maior parte do tempo dedicamos a viajar, a não ficarmos em casa, a conhecer gente, a ver tudo aquilo que os dias nos davam... E agora que já voltamos e estamos aqui há cinco anos, já ia sendo hora de ‘expressar’ de alguma maneira o que vivemos ali”.

O texto citado apresenta o projeto inicial de Ikusuki, complementando as informações citadas anteriormente sobre o papel de Oskar e de Beatriz na criação das camisetas. Vale citar que em um primeiro momento do projeto dos amigos, eles utilizaram o blog para que os internautas lhe ajudassem a escolher os desenhos que eles deveriam apresentar para o mercado, assim como eles solicitavam opiniões sobre o trabalho com as camisetas – uma verdadeira forma de criação participativa/coletiva, tão divulgada por projetos como o de Wikipédia e similares.

Ikusuki seguiu publicando textos que contavam, passo a passo, como a experiência com a fabricação, venda e publicidade do negócio das camisetas foi sendo desenvolvido. Natural de Bilbao, Oskar criou, junto com Beatriz, também uma agência de viagens para receber japoneses na Espanha e apresentar-lhes o País Vasco. As duas maneiras de tirar proveito da experiência que os blogueiros tiveram no Japão lhes motivou a começar com o blog.

Um ano depois de ter começado Ikusuki, o blog pela primeira vez abriu espaço para um assunto que não foi o dos negócios com as camisetas ou com a agência de viagens. No dia 21 de janeiro de 2007 um post trazia fotos de Bilbao durante a noite. Mas o blog adquiriu a característica de pessoal quando Oskar voltou a viver em solo japonês em março de 2007.

A partir daquele momento, Ikusuki deu uma volta radical no blog para a publicação de posts marcadamente pessoais, cheios de opiniões e que comentam o que acontece em Tóquio diariamente.

Pouco a pouco o blog mantido por Oskar foi ampliando seus temas e recursos, tornando a participação dos internautas muito mais dinâmica. Mesmo que os temas dos posts se tornaram mais pessoais, Ikusuki não perdeu o foco de promover os negócios criados por Oskar e Beatriz, especialmente a venda de camisetas.

Utilizando a capacidade que a blogosfera tem de promover marcas, produtos e ideias, Oskar e Beatriz tentaram criar uma rede de contatos ao redor de Ikusuki. Pessoalmente, “Toscano” mantém o costume de comentar posts de blogs como o de Kirai, Enekochan e (más) Historias de un abstracto, pessoa com quem ele se identificou e que também falam da vida no Japão.

Em junho de 2009 o blog de Ikusuki mudou de endereço na internet, mas ele segue em atividade – outro ponto que mudou é que Oskar agora assina seus textos como “Tío Toscano” no lugar de apenas “Toscano”. Por todas as suas características, Ikusuki aparece com um nível de autoridade 1 no site Technorati.

### 3.1.27. O blog *Time flies*

A página pessoal do pai de Alejandro Cremades Rocamora (autor de “Escucha japonês” e “Pepinismo”), que se identifica em internet como “Josecrem”, começou a ser publicada no dia 26 de março de 2007. Depois do primeiro post, o autor do blog publicou uma nova entrada no blog apenas no dia 12 de dezembro daquele mesmo ano. Com o título “Mural de Héctor Muñoz em Alicante”, o post que inaugurou o blog revela algumas informações pessoais de “Josecrem”.

Os textos no blog, a maioria comentando sobre acontecimentos do cotidiano do autor, são as únicas fontes de informação sobre “Josecrem”, já que “Time flies” não apresenta nenhuma página de apresentação do blogueiro.

A entrada de dezembro revela que “Josecrem” vive em Alicante e passava, naquele momento, quase que diariamente pela rua de San Fernando quando ia para o trabalho. Além disso, o texto revela outras características do blogueiro, como o apreço dele pela arte e pela publicação frequente em sua página pessoal de fotos feitas por “Josecrem” e que registram cenas do cotidiano da cidade de Alicante.

A partir de 2008, “Josecrem” publicou com maior frequência novos textos em sua página pessoal. Muitas das novas entradas destacavam trabalhos da esposa do blogueiro, Cecilia, que se dedica às artes plásticas. Textos pessoais, seja pela manifestações das opiniões do blogueiro, seja pela exposição de pessoas que fazem parte de sua família, marcam o blog de “Time flies”.

O blog de “Josecrem” foi selecionado para este estudo de caso graças ao comentário do blogueiro para o post “Boomerang en el espacio”, publicado no dia 1 de maio de 2008 em Kirai.net. No período de abril até outubro de 2008, “Time flies” foi

atualizado a média de três vezes a cada mês. No mesmo período, foi possível observar que o autor do blog publicou comentários em Kirai.net, MotomachiCakeBlog, El Pachinko e Ikusuki.

Uma curiosidade do blog é que, apesar de abrigar textos carregados de personalidade, a página web não apresenta nenhuma seção de apresentação do autor – desta forma, um internauta que não conhece ao autor não sabe seu nome real, idade ou rol social. Mas acaba descobrindo mais informações sobre seus familiares, como sua esposa Cecilia e seu filho Alejandro.

No dia 7 de junho de 2009 o blog de “Josecrem” mudou de endereço na internet, assim como foram alterados alguns detalhes da apresentação gráfica da página pessoal. Mas, na essência, o blog permaneceu sem alterações. “Time flies” não aparece na lista de blogs de Technorati.

#### 3.1.28. O blog *Bajando al mono*

A página web de “susana” começou a sua trajetória na blogosfera no dia 29 de setembro de 2007. Naquele dia, a autora do blog publicou dois textos, os dois seguindo a sua vocação para a poesia e para a escritura abstrata.

“Bajando al mono” não apresenta um número de atualizações alto, como outros blogs analisados, especialmente porque ele tem a característica de expor os sentimentos de sua autora em textos muito pessoais – o que originalmente é mais difícil de ser produzido em quantidade se comparado com os posts que falam, basicamente, de gostos pessoais dos blogueiros, como são aqueles que tratam de tecnologia, cinema, etc.

“Bajando al mono” foi selecionado para este estudo de caso devido ao comentário de “SUSANA” no post “Proibido tirar porqueira” publicado por Kirai.net no dia 1 de maio de 2008. No período de abril até outubro daquele mesmo ano, “Bajando al mono” foi atualizado apenas em quatro ocasiões – menos de uma vez a cada mês. No mesmo período, “susana” não publicou comentários em outros blogs que fazem parte desta investigação – apenas em Kirai.net.

Como acontece com outras páginas pessoais em que os seus autores escrevem textos muito pessoais, que revelam imagens e feitos de suas vidas cotidianas, além de trazerem reflexões pessoais, “Bajando al mono” não apresenta uma seção específica com dados sobre sua autora.

Assim mesmo, um internauta que não conheça pessoalmente a blogueira não sabe o seu verdadeiro nome, idade ou rol social. Buscando dados em Technorati, a página “Bajando al mono” não aparece na lista de blogs citados pela ferramenta de medição de audiências.

#### 3.1.29. O blog *Genjutsu*

O blog “Genjutsu” foi selecionado para esta investigação depois que o seu autor, identificado com o pseudônimo “JoCkEy” comentou no post “Estoy descansando”

publicado em Kirai.net no dia 7 de maio de 2008. Naquela ocasião, “JoCkEy” concordava com o que Héctor García comentava em sua página pessoal.

No período de abril até outubro de 2008, “Genjutsu” foi atualizado em uma média superior a de uma vez a cada dois dias. Os temas preferidos pelo blogueiro são a cultura japonesa, a tecnologia, os seriados televisivos, além de sua própria vida pessoal.

“Genjutsu” é um dos pseudônimos de Víctor Núñez, que se define em uma das seções de apresentação do blog como um “barcelonês que atualmente trabalha como informático de sistemas”. Outros pseudônimos utilizados por Núñez na internet são “GeKo”, “Wake” ou “DeAtH\_JoCkEy”.

No texto de apresentação do blogueiro, ele comenta ainda que tem grande interesse pela informática, pela fotografia e disse o seguinte: “ultimamente eu estou começando a me interessar pelo mundinho dos blogs profissionais e SEO”. A atualização constante de “Genjutsu” e a ação do blogueiro em divulgar sua página pessoal em outros blogs e páginas na internet comprova a vontade dele em experimentar com a própria página pessoal as teorias que apontam para a possibilidade da profissionalização dos blogs – ou seja, do uso comercial deste canal de comunicação e de interação na internet.

O autor de “Genjutsu” expõe mais elementos de sua personalidade nos textos nos quais ele fala de si mesmo e do blog. Para Núñez, ser um blogueiro significa ser “obrigado” a buscar informações constantemente, ampliando a sua cultura “sobre muitos aspectos” – estas características é que lhe incentivariam a seguir com a página pessoal.

Em outro texto, Núñez comenta que “Genjutsu” foi criado “para escrever uma crônica” da viagem que ele havia feito para o Japão. Sua intenção original, por isso, era a de “ajudar a todos aqueles que estão indecisos e que necessitam de um empurrão ou um pouco de culturazinha”.

Depois, como Núñez segue comentando, a página dele na internet se converteu em um “pequeno diário geek aonde” o blogueiro coleta “todas as curiosidades” que ele vai encontrando pela internet. Por todas as suas características, “Genjutsu” registra um nível de autoridade 1 em Technorati. No período de abril até outubro de 2008, Núñez publicou comentários em Kirai.net e nos blogs de Enekochan, El Pachinko e Ikusuki.

### 3.1.30. O blog *Destellos desde Eonir*

O blog pessoal do internauta que utiliza o pseudônimo de “Sandorph” começou a ser publicado no dia 8 de abril de 2008. Em seu primeiro texto, o blogueiro publica um vídeo engraçado de japoneses dançando.

Apaixonado pela cultura e, especialmente, pelos vídeos que mostram japoneses em programas de televisão ou humorísticos, “Sandorph” publica muitas entradas com

este tema. Outros assuntos frequentes são os de tecnologia, computadores, carros, videogames, filmes e alguns textos sobre a vida pessoal do blogueiro.

Ainda que apresente uma seção intitulada “Normas del blog” e uma categoria “Sobre el autor”, “Destellos desde Eonir” não torna públicas informações básicas sobre o blogueiro que assina os textos. Um internauta que não conhece pessoalmente a “Sandorph” não tem acesso, através de seu blog, a dados pessoais dele como o nome, a idade ou o rol social do autor da página pessoal.

“Destellos de Eonir” foi selecionado para este estudo de caso depois que “Sandorph” publicou um comentário no post “Super-mega-región de 100 millones de personas” publicado por Kirai.net no dia 15 de maio de 2008. Naquela época fazia pouco mais de um mês que “Destellos de Eonir” havia sido criado e que seu autor trabalhava para divulgar a sua página pessoal pela blogosfera.

No período de abril até outubro de 2008, “Destellos de Eonir” foi atualizado com uma média de pouco mais de cinco novas entradas a cada semana. O nível de personalização dos textos varia muito, mas em geral apresentam uma exposição de seu autor de mediana a baixa.

Mesmo que os textos de “Destellos de Eonir” não apresentem muitas opiniões de seu autor, a simples manifestação de seus gostos pessoais revela características dos temas que mais interessam o blogueiro e/ou ocupam o seu tempo livre. No mesmo período de análise do blog, da lista de páginas pessoais que fazem parte desta investigação, “Sandorph” publicou comentários apenas em Kirai.net.

Na seção “Normas del blog”, “Sandorph” comenta que ele é o único autor da página pessoal e que a mantém ativa por hobby. Também declara que os comentários do blog são moderados e que devem respeitar a algumas regras de boa convivência.

Em setembro de 2008, “Sandorph” publicou uma notícia que segue em destaque no blog em que “recruta colaboradores” para fazer com que o site cresça – um outro indicativo de que o blogueiro se preocupa em tornar seu projeto mais profissional. Mesmo com estes movimentos para tornar a página pessoal mais conhecida, “Destellos desde Eonir” não aparece na lista de blogs de Technorati.

### 3.1.31. O blog de /ssis

A página pessoal “Issis” foi selecionada para este estudo de caso depois que o seu autor comentou no post “Stop following, Start leading” publicado por Kirai.net no dia 16 de maio de 2008. No período de abril até outubro daquele mesmo ano, “Issis” foi atualizado pouco menos de uma vez a cada semana.

Produzido por um produtor documentarista, o blog “Issis” apresenta grande parte de seu conteúdo direcionado para a área de cinema e dos comerciais. Muitos textos comentam produções recentes destas duas áreas de uma maneira crítica. Mas o blog também apresenta textos carregados de opinião sobre assuntos cotidianos, como



podem ser o tráfico ou a psicologia, além de apresentar projetos de seu autor para a sua área profissional.

O blog de “Issis” teve seu primeiro post publicado no dia 5 de março de 2006. Como que brincando com o próprio ato de manter uma página pessoal, “Issis” reproduziu em seu primeiro post no blog a mensagem de bem-vinda do portal de blogs Wordpress.

No seu texto seguinte, publicado no mesmo dia 5 de março, o autor do blog comenta que este era um retorno dele para a blogosfera, depois de uma ausência de quase um ano. Anteriormente, “Issis” mantinha um blog em outro serviço de hospedagem, mas ele perdeu a sua página pessoal depois de “irritar o administrador” do serviço, segundo suas próprias palavras.

Na mesma entrada comentada anteriormente, “Issis” declara que “o espaço criativo, a atmosfera do universo paralelo que se cria ao escrever em um blog” lhe atraía e que, em sua página pessoal, iria publicar “roteiros, resumos, diversas divagações, sentimentos sem censura, crítica, cinema, tormentos...”.

Lendo as entradas publicadas em 2006 foi possível perceber que “Issis” vivia no País Vasco e que era um estudante de cinema. Essencialmente pessoal e pouco conhecido, o blog “Issis” não tem nenhum registro em Technorati. No período de abril até outubro de 2008 “Issis” não comentou em nenhum outro blog que faz parte desta investigação, apenas em Kirai.net.

#### 3.1.32. O blog *El laberinto del chinotauro*

O blog pessoal de Juan Carlos Gonzales Mendaña foi criado no dia 1 de novembro de 2007. Lendo seu primeiro post é possível conhecer algumas informações pessoais importantes do autor, como que ele havia nascido em Madri e que vivia, na ocasião em que ele havia criado o blog – e posteriormente – na cidade de Shantou, na região Sul da China.

“El labirinto del chinotauro” foi selecionado para este estudo de caso depois que Gonzales, utilizando o seu pseudônimo “Blandford”, fez um comentário no post “Sujetador solar” publicado por Kirai.net no dia 19 de maio de 2008. No período de abril até outubro de 2008, Gonzales publicou uma média de um novo post a cada semana. Suas entradas costumam apresentar um nível de personalização alto.

Isso se deve ao fato que Gonzales aproveita sua página pessoal para falar da cultura e dos costumes das pessoas que vivem na China por meio da leitura que ele mesmo faz desta realidade. Durante o período citado, da lista de blogs que fazem parte desta investigação, Gonzales comentou apenas em Kirai.net.

Entre os temas tratados por “El labirinto del chinotauro” estão manifestações da cultura local na qual ele vive, como música, moda, alimentação e informações turísticas de diferentes cidades chinesas, assim como curiosidades sobre o cotidiano chinês e da vida do blogueiro.

Como acontece com outros blogs pessoais, na página “El labirinto del chinotauro” um internauta pode conhecer uma boa parte da vida e dos gostos pessoais de seu autor ao mesmo tempo em que não acessa a algumas informações pessoais importantes da identidade dele. Gonzales não oferece, por exemplo, nenhuma seção específica na qual ele se apresente, aonde os autores costumam divulgar seus nomes, nacionalidades e/ou idades.

Quem quiser conhecer estes dados deve clicar no pseudônimo de “Blandford” e acessar outro site na internet. Algumas informações também estão dispersas nos próprios textos do blog, como é o caso daquela que deu início à página pessoal e que esclarece a cidade de origem e o endereço do blogueiro naquela data.

Diferente dos conterrâneos que mantém atualizados blogs sobre o Japão, “Blandford” não tem um número de visitantes em sua página pessoal muito significativo. Tanto que o seu blog não aparece na lista de Technorati.

### 3.1.33. O blog *la cueva del metal & the freak cove*

A página pessoal na internet “la cueva del metal & the freak cove” foi selecionada para a investigação através do comentário de “Prats” no post “Pensiones en Japón” publicado por Kirai.net no dia 20 de maio de 2008. “Prats” é a assinatura digital utilizada pelo blogueiro Carlos Prats Briceño na internet.

A página pessoal de “Prats” estreou no dia 29 de agosto de 2007. Em seu primeiro post, o autor do blog lista uma série de temas que pretende tratar em seus textos, com destaque para o seu gosto pelo estilo musical do heavy metal, para a tecnologia e parte da cultura japonesa – especialmente o mangá e o anime – assim como a vontade do autor em divulgar acontecimentos de sua vida pessoal.

No período de abril até outubro de 2008, “Prats” publicou uma média de quase duas novas entradas a cada semana. Os temas tratados em seus posts naqueles meses foram muito variados, começando por assuntos debatidos universalmente, como a globalização, até comentários sobre conceitos científicos, obras literárias, a prática esportiva e a cultura japonesa, assim como acontecimentos da vida pessoal do autor.

O nível de personalização de seus textos é usualmente alto, mas em algumas ocasiões chega a ser mediano – mas nunca baixo. No mesmo período de tempo citado, da lista de blogs que integram esta investigação, “Prats” publicou comentários apenas no blog Kirai.net.

“Prats” oferece para os visitantes de sua página pessoal uma seção de apresentação. Neste espaço, o blogueiro revela o seu nome e que ele é natural da cidade de Zaragoza, assim como ele revela que nasceu em 1988. Ele também comenta as suas características pessoais e atividades que desempenha.

Estudante de Publicidade e Relações Públicas, “Prats” revela a sua trajetória escolar e de vida de forma resumida, comentando também que ele havia vivido um

período fora da Espanha, na Irlanda. A página pessoal dele não aparece na lista de Technorati.

#### 3.1.34. O blog *Enjoy the silence*

O blog da internauta identificada como “Irae” estreou na internet no dia 16 de dezembro de 2007. Seu primeiro post brinca com algumas das perguntas mais frequentes dos serviços de hospedagem feitas para ajudar aqueles que estão iniciando como blogueiros.

“Irae” não faz nenhuma apresentação, não publica as suas intenções ou os temas que mais gosta e nem mesmo agradece aos visitantes que estão frequentando a sua página na internet. Mas três dias depois de sua primeira entrada, a autora publicou um texto muito pessoal, no qual ele falava de seu interesse por uma área específica do conhecimento distinta da profissão que ele estava estudando.

“Irae” põe à disposição do internauta dois links que buscam explicar um pouco melhor a intenção que tem com o blog além de trazer algumas informações pessoais suas. Na seção “Sobre o blog”, “Irae” comenta que o título de sua página pessoal tem ligação com uma “conhecidíssima canção de Depeche Mode” que ela nunca escutou. Mas “Irae” comenta que gostava desse título.

Ela também declara que o seu blog “não nasce com nenhuma intenção em especial, simplesmente falar do que eu quero, quando quero e como eu quero. E, com certeza, tenta fazer as pessoas que leem o blog aproveitarem ele”. De fato as publicações dele têm um caráter muito pessoal, tanto que grande parte das entradas falam de sua vida pessoal, de seus estudos, reflexões e de um ou outro gosto pessoal.

Na seção “Sobre mim”, a blogueira se define como uma pessoa com “séria falta de autoestima” que, ao mesmo tempo, publica um blog com “altas doses de egocentrismo”. Ela informa a sua idade e que nasceu na cidade de Alicante, além de narrar de forma resumida a sua vida desde a infância. Utiliza um parágrafo extenso para comentar sobre a profissão que ela decidiu seguir e que, um ano depois de ter começado a estudá-la, decidiu mudar para outra que ela gostava mais.

“Irae” também revelava, na seção dedicada sobre ela, que é uma “friki”, ou seja, uma pessoa “apaixonada pelo Japão, sua cultura e seu idioma, amante da tecnologia e louca pelos livros de ficção científica”. Uma definição que podia ser encaixada em uma grande parte dos internautas que interagem ou participam com comentários no blog solar de Kirai.net. “Irae” afirma ainda que gosta da música (mas nunca a espanhola), de cinema, de informática, da literatura e dos animais.

“Enjoy the silence” foi selecionado para estudo de caso depois que “Irae” comentou o post “Contador de flexiones” publicado por Kirai.net no dia 22 de maio de 2008. No período de abril até outubro daquele ano, “Irae” atualizou a sua página pessoal uma média de pouco menos de sete vezes por mês – o que dá uma média de quase duas atualizações por semana.

O nível de personalização dos seus textos varia muito, sendo desde o extremo de nada pessoal, como quando “Irae” apenas reproduz frases de pessoas respeitadas e conhecidas na sociedade, até o outro extremo de textos muito pessoais, nos quais a autora comenta sobre a sua vida pessoal ou reflete sobre temas que ela está estudando na universidade.

Fascinada pelo assunto da vida e da cultura do Japão, “Irae” frequenta diferentes blogs que trazem informações sobre aquele país. Além de comentar em posts de Kirai.net, a blogueira participa com opiniões em textos publicados em Enekochan e (más) Historias de un abstracto. Com caráter essencialmente pessoal – ainda que ela opte por não revelar algumas informações importantes, como o seu nome real – o blog “Enjoy the silence” não aparece na lista de páginas web de Technorati.

### 3.1.35. O blog *The cute way*

A página pessoal de Marta Martínez Sola começou a ser publicada na internet no dia 12 de abril de 2008. Pouco mais de um mês depois, “SaMtRoNiKa” – pseudônimo de Martínez na internet – publicou um comentário no post “Contador de flexiones” do blog Kirai.net. O comentário da autora no post de Héctor García do dia 22 de maio de 2008 fez com que o blog “The cute way” fosse selecionado para este estudo de caso.

“SaMtRoNiKa” começou a escrever um blog depois de ter publicado parte do resultado de seus trabalhos manuais em outros dois sites da internet: “Devianart” e “Pupe”. No post do dia 12 de abril de 2008 Martínez comentava que esperava receber, em sua página web, visitas de leitores que lhe conheçam dos sites citados, assim como receber visitas de “amigas” da universidade e, quem sabe, “gente nova” – ou seja, de indivíduos que ela não conhece pessoalmente.

Uma das principais intenções da blogueira para criar sua página pessoal é a de divulgar os seus trabalhos na confecção de distintos acessórios. Ela tem o costume de chamar as suas peças de “cutecositas”. Martínez se diz “obcecada” com o feltro como material para confeccionar os seus acessórios. “The cute way”, como ela mesma define, seria um local para divulgar os seus trabalhos e, ao mesmo tempo, receber críticas e sugestões das pessoas que, como ela, tenham interesse e gostem deste tipo de criações.

No período de abril até outubro de 2008, “The cute way” foi atualizado uma média de cinco vezes a cada mês. As publicações feitas no blog ficaram centradas nos trabalhos manuais de Martínez e, uma ou outra vez, algum texto da autora tratou do blog ou de sua vida pessoal. O nível de personalização dos textos, desta forma, acaba se revelando usualmente baixo ou mediano.

“SaMtRoNiKa” não disponibiliza para o internauta em sua página web nenhum linka para a divulgação de seu perfil ou mesmo um histórico do blog facilmente acessível. Ela publica só um parágrafo que lhe apresenta e que diz o seguinte: “Sou uma garota de Lleida apaixonada pelo mundo nipônico, do desenho, dos trabalhos manuais e em geral por tudo que é ‘fofo’”.

O nome da blogueira e mais informações pessoais podem ser acessados em sua página no Facebook, por exemplo, que tem um link publicado em “The cute way”. Na rede social de Facebook o internauta descobre a identidade de “SaMtRoNiKa” e também passa a saber que ela foi aluna da Universidade de Lleida, aonde ela se graduou em 2005. Na página de DevianART, também linkada em “The cute way”, Martínez comenta sobre os seus gostos pessoais pela música, cinema, arte, literatura, entre outros.

Interessada pela cultura japonesa e pelos trabalhos manuais, “SaMtRoNiKa” frequenta e comenta os blogs de Kirai.net e “La vida en Rosa”. Criado essencialmente para divulgar os itens criados por Martínez, “The cute way” não é muito conhecido e não aparece na lista de Technorati.

### 3.1.36. O blog *Herzeleyd.com*

O blog pessoal de Vicente Alfonso, um espanhol que nasceu no povoado de Talavera de la Reina, localizado perto da cidade de Toledo, em 1980, foi selecionado para este estudo de caso depois que o blogueiro publicou um comentário no post “Ventas de cámaras réflex en Japón – 2007”, publicado em Kirai.net no dia 23 de maio de 2008.

No período de abril até outubro de 2008, o blog “Herzeleyd.com” foi atualizado uma média superior a de um novo post a cada dia. O nível de personalização dos textos de Vicente é, geralmente, mediano ou alto.

As publicações do blog dele revelam muito do cotidiano do autor, suas viagens e gostos pessoais. Temas como tecnologia, esportes, fotografia, sites de interesse turístico na Espanha e curiosidades de sua vida pessoal são utilizados como fonte para os textos de Vicente.

Na seção do blog dedicada a apresentar o autor, Vicente revela o seu nome, o lugar em que ele nasceu e sua idade, além de falar a respeito de seus gostos pessoais e sobre o rol social que desempenha. O internauta sabe, por ali, que Vicente está “vivendo entre Cáceres e Navalморal”, por exemplo, este último definido como um “povoadozinho de Cáceres de 20 mil habitantes”. Alfonso comenta também sobre a sua família, amigos e revela que tem uma namorada “formal” desde 1999. Entre os hobbies do blogueiro, Alfonso destaca a fotografia.

O blogueiro explica porque utiliza o pseudônimo de “Herzeleyd”: “(...) desde 1998 depois de que em um dia o IRC me tirou Herzeleid (o qual era o nome de um disco de Rammstein) lhe mudei a “i” latina pela “y” grega e desde então o utilizo na internet”. O blogueiro também explica a experiência que teve na blogosfera, comentando que iniciou a sua jornada com os blogs no dia 9 de agosto de 2006 – quando ele publicou o primeiro post em “Herzeleyd.com”:

“A partir daquele dia, o blog foi me atraindo mais e mais, e começou a se revelar interessante”, comentou Alfonso. Depois de sua experiência com “Herzeleyd.com”, o blogueiro começou outro projeto, a página web “fotoaprendiz.com”, dedicada

exclusivamente a textos sobre fotografia. No final de sua apresentação, Alfonso publica links para sete “redes sociais” ou serviços disponíveis na internet nos quais ele tem uma seção particular.

No primeiro texto de “Herzeleyd.com”, Alfonso trata de um de seus temas preferidos: os videogames. No dia seguinte, o blogueiro escreve sobre um dos títulos que mais lhe apaixonam neste universo: Warcraft. Como o tema da cultura japonesa é um dos que mais interessam a Alfonso, ele mantém o hábito de consultar e, em algumas ocasiões, escrever comentários nos blogs de Kirai.net, “Escucha japonês” e “Ikusuki”. Sua página pessoal registra um nível de autoridade 1 em Technorati.

### 3.1.37. O blog de T-Navi

O blog “T-Navi” foi selecionado para este estudo de caso depois que o seu autor publicou um comentário no post “Identidad personal VS identidad de empresa” publicado em Kirai.net no dia 25 de maio de 2008. Naquela ocasião, “T-Navi” discordou do texto publicado por Héctor García.

No período de abril até outubro de 2008, o blog “T-Navi” foi atualizado uma média de quase duas vezes a cada nova semana. Mas a periodicidade do blog é muito variável, tanto que o blogueiro publica vários posts por semana em alguns meses para, depois, deixar de publicar novos textos em julho e em agosto daquele ano, por exemplo. No mesmo período de tempo, da lista de blogs que participaram desta investigação, “T-Navi” comentou apenas em publicações feitas em Kirai.net.

Na apresentação do blog, o autor – que não divulga o seu nome pessoal ou mesmo o seu rol social – define o que o internauta pode encontrar em sua página pessoal: “Neste blog vocês encontrarão principalmente artigos relacionados ao mundinho do colecionismo de consoles e frikadas variadas sobre o Japão. Ultimamente, além disso, me deu muito forte a fotografia, por isso vocês verão também várias fotos feitas por mim mesmo dos lugares aonde eu vá”.

A única informação pessoal do blogueiro disponível em seu perfil, além de uma lista de seus gostos pessoais, é a de que ele vive em Pasajes Anchos, cidade localizada em Guipuzcoa, na Espanha. Também é possível saber a idade dele

Os textos publicados no blog não têm uma assinatura. O autor de “T-Navi” nunca expõe a sua identidade, mas em seus textos ele revela opiniões, imagens do cotidiano – especialmente paisagens de lugares que o blogueiro vai conhecendo – e, em especial, seus gostos pessoais a respeito de tecnologia, videogames, produtos culturais originados no Japão e a fotografia.

O primeiro texto publicado em “T-Navi” é do dia 3 de dezembro de 2007. Enel, o autor publica diversas fotos e faz comentários sobre uma edição limitada lançada em território japonês do videogame Metal Gear Solid. Naquele mesmo dia, “T-Navi” publica uma foto que ele fez em Donosti, comentando que parecia com uma cena de um filme de suspense.

As publicações do blogueiro tem estas características: intercalam geralmente fotos ou vídeos e trazem as opiniões ou considerações de seu autor. Pouco conhecido na blogosfera, o blog “T-Navi” não aparece na lista de páginas web de Technorati.

#### 3.1.38. O blog *Hayakuu!! (douzo!)*

A página web intitulada “Hayakuu!! (douzo!)” começou a ser publicada no dia 28 de fevereiro de 2006. Sua primeira entrada tratava de um aparelho de MP3 que havia sido lançado naqueles dias. O tema da tecnologia é um dos mais presentes no blog, assim como os temas da cultura japonesa e espanhola, as diferenças de costumes entre os dois países, publicações sobre locais de interesse turístico, entre outros assuntos.

Depois daquele primeiro post, o autor do blog atualizou a página pessoal uma segunda vez apenas no dia 29 de dezembro de 2006. Com o título “Lonley Christmas. But not so lonley”, o blogueiro comentou o seu desejo de viajar logo para Quioto e publicou fotos do Natal que ele passou em Sabadell. Naquela ocasião, o autor dedica as imagens para a sua namorada, comenta o nome dela, mas não revela o seu próprio nome.

Essencialmente pessoal, com textos que expõe as opiniões e, em especial, a vida pessoal de seu autor, “Hayakuu!! (douzo!)” parece ter sido criado para que as pessoas que conhecem ao blogueiro possam estar informadas sobre o que ele pode estar vivendo no Japão.

Esta característica pode ser presumida por não haver uma apresentação formal do autor em uma seção específica, e nem mesmo uma possibilidade concreta do visitante conhecer a identidade ou outras informações a respeito do blogueiro. Assim, se pode dizer que o objetivo do blog é estreitar laços entre pessoas conhecidas – ignorando o fato de que, por estar publicado na internet, o conteúdo do blog pode ser acessado por qualquer pessoa que esteja conectada em alguma parte do mundo.

A linha de apoio ao título do blog também serve para reforçar as intenções de seu autor com esta página web: “Aventuras e desventuras no Japão. (estas são as minhas) e em Barcelona (As de Emi)”. Emi é o nome da esposa do autor do blog. Em outras palavras, a página pessoal de “hayakuu” – pseudônimo do autor do blog – expõe suas opiniões sobre a vida em Japão ao mesmo tempo em que publica impressões de sua companheira a respeito da Espanha. Algumas vezes, contudo, a comparação entre as duas culturas é feita por “hayakuu” mesmo.

O nível de personalização dos textos do blog é, geralmente, alto. Mas a frequência de atualizações é muito variável e segue uma tendência a ser muito espaçada durante o tempo. “Hayakuu!! (douzo!)” foi selecionado para este estudo de caso devido a um comentário de “nacho” – um dos pseudônimos utilizados pelo blogueiro na internet – no post “Identidad personal VS identidad de empresa” publicado por Kirai.net no dia 26 de maio de 2008.

No período de abril até outubro daquele mesmo ano, o blog “Hayakuu!! (douzo!)” foi atualizado em uma média de uma vez a cada mês. No mesmo período de tempo, foi possível averiguar comentários de “Hayakuu!! (douzo!)” apenas no blog de Kirai.net – ele não participou de nenhum outro blog que faz parte desta investigação. Essencialmente pessoal, pouco atualizado e com pouca divulgação na internet, a página pessoal de “hayakuu” não aparece na lista de blogs de Technorati.

### 3.1.39. O blog *Intentando no morir en el intento*

A página web “Intentando no morir en el intento” foi selecionada para esta investigação devido ao comentário que a sua autora publicou no post “Ex-gorda campeona del mundo de gimnasia rítmica” publicado por Kirai.net no dia 27 de maio de 2008. Identificada com o pseudônimo “Galega”, a autora de “Intentando no morir en el intento” discordava, naquela ocasião, do texto de Héctor García.

No período de abril até outubro de 2008, “Galega” atualizou a sua página pessoal com uma média pouco superior a de duas novas entradas a cada semana. O nível de personalização de seus posts é muito variável.

É possível encontrar publicações na qual a autora fala de sua vida pessoal ou nas quais ela manifesta as suas opiniões sobre temas de interesse dos espanhóis assim como é possível encontrar posts que abrigam apenas um vídeo ou uma fotografia sem muitas informações adicionais. No mesmo período, “Galega” publicou comentários apenas no blog de Kirai.net, ignorando todas as outras páginas que fazem parte desta investigação.

O blog “Intentando no morir en el intento” começou a ser publicado no dia 21 de junho de 2007. Mas como comentava a autora da página pessoal naquele primeiro post, a sua experiência na blogosfera havia começado três anos antes, em um outro projeto que teve de ser fechado – e que não estava mais disponível para ser consultado.

“Galega” comentou que tinha que se adaptar a sua nova “casa” – serviço na internet para hospedagem de páginas pessoais – mas que, ainda assim, esta não era uma experiência completamente nova.

Nos textos seguintes a este de estreia do blog, “Galega” publicou assuntos como a adoção de um cachorro que havia sido abandonado; o costume da Noite Meiga na Galícia; a preocupação que ela e outras pessoas tinham com um amigo que havia ido com o Exército para o Líbano; uma foto com as “sequelas” de San Juan e umas perguntas sem resposta motivadas por conflitos seus com alguma pessoa. Estes temas são um bom exemplo do que o blog seguiria oferecendo para seus leitores no futuro.

Os temas de “Intentando no morir en el intento” são variados, mas todos têm importância na vida de sua autora. Para ela interessa, em especial, os esportes, filmes e séries televisivas, música e assuntos que fazem parte de sua rotina. Como outros blogs que tem a digital de seus autores bem identificada, neste também não é



colocado à disposição dos visitantes eventuais alguma seção de apresentação da sua autora.

Quem conhece a autora de “Intentando no morir en el intento” sabe o seu nome, rol social, idade e todos os demais dados de um perfil básico. Mas os que a “conhecem” apenas por sua página pessoal na internet acabam sabendo apenas a respeito de seus gostos pessoais e hobbies, desconhecendo os dados básicos anteriormente citados. Pouco divulgado, o blog de “Galega” não aparece na lista publicada por Technorati.

#### 3.1.40. A página pessoal *Blog de Arki 24885*

O blog pessoal do biólogo Haritz Moreno, que utiliza o pseudônimo “Arki”, começou a ser publicado no dia 11 de julho de 2006. Os primeiros posts do blogueiro trataram de séries japonesas, em especial, de animes. Apaixonado por elas, pelos mangás e por outros produtos culturais originados no Japão, Moreno dedica grande parte dos textos de seu blog para estes temas.

Na seção de apresentação do autor do “Blog de Arki 24885”, o internauta descobre o nome do blogueiro, sua data de nascimento (24 de agosto de 1985), rol social – ele é licenciado em Biologia e Bioquímica na Universidade de Navarra – e aonde ele vive (entre Navarra e Pamplona). Na descrição do blog, Moreno comenta que a página pessoal dele “tenta plasmar os interesses e os hobbies de seu autor”, em especial a respeito do anime e do mangá.

“Blogs sobre mangá/anime tem milhares, muitíssimos melhores que o meu, por isso para não falar do mesmo tentarei acrescentar unicamente informação e/ou conteúdos sobre os quais há pouca informação ou simplesmente me motivem”, comenta Moreno na mesma apresentação. De fato, grande parte do conteúdo do blog trata destes dois temas, mas sempre acrescentando a opinião de “Arki” sobre cada produto, o que torna a página que ele publica pessoal.

“Blog de Arki 24885” foi selecionado para este estudo de caso devido ao comentário de “arki24885” (como algumas vezes assina Moreno na internet) no posto “Qué pasa si metes un móvil em el microondas” publicado por Kirai.net no dia 27 de maio de 2008.

No período de abril até outubro de 2008 Moreno atualizou a sua página pessoal uma média um pouco abaixo de um novo post a cada semana. Além dos temas já citados, “Arki” publicou, neste período, posts sobre videogames, tecnologia e curiosidades de sua vida pessoal. Da lista de páginas pessoais que fazem parte desta investigação, “Arki” publicou comentários apenas em Kirai.net. O “Blog de Arki 24885” não aparece na lista de páginas web de Technorati.

#### 3.1.41. A página pessoal *Foxblog*

A página pessoal do engenheiro informático Humberto Mena começou a ser publicada no dia 26 de novembro de 2006. Além de um texto de boas-vindas, o blogueiro publicou vídeos curiosos de Youtube sobre o universo. A publicação de vídeos seguiria sendo feita pelo autor de “Foxblog” nos anos seguintes.

Em muitas ocasiões, Mena utiliza a sua página pessoal para destacar vídeos que ele acha interessantes, mas sem escrever textos pessoais para acompanhar as publicações. Em outras ocasiões, os seus textos destacam acontecimentos de seu cotidiano, de seu trabalho ou trazem informações sobre novos produtos tecnológicos. Por isso, o nível de personalização do blog se apresenta como muito variável.

Na seção de apresentação do autor do blog em “Foxblog”, Mena comenta que trabalho como “desenvolvedor web e programador freelance”. Também revela que concluiu a Licenciatura de Informática com especialidade em redes, além de ter feito outros cursos em sua área de formação. Ele fala de suas experiências profissionais e de seu desejo de empregar-se em uma empresa em Monterrey, Guadalajara ou no Distrito Federal. Humberto Mena é mexicano e vive em seu país de origem.

Entre os principais interesses do blogueiro estão a tecnologia, a cultura japonesa e os recursos multimídia disponíveis na internet. A respeito do Japão, ele afirma que gostaria, um dia, de viver ali, assim como aprender o idioma japonês. Um comentário dele no post “Shigeru Miyamoto” publicado em Kirai.net no dia 28 de maio de 2008 inseriu este blogueiro neste estudo de caso.

No período de abril até outubro de 2008, Humberto Mena – que se identifica também com o pseudônimo de “=fox=” – publicou uma média de cinco novos posts a cada nova semana. Muitos deles trazem apenas vídeos encontrados na internet e que o autor achou interessantes para serem destacados em sua página pessoal. No mesmo período de tempo, Mena publicou comentários apenas em Kirai.net, ignorando as demais páginas pessoais que fazem parte desta investigação.

Antes de mudar o endereço de seu blog, Mena trabalhou dois anos e meio – até maio de 2009 – com o servidor de páginas pessoais Blogspot. A mudança para um endereço próprio serviu, segundo Mena, para que ele pudesse praticar os conhecimentos de programação que estava estudando em um novo curso. Mesmo com atualizações frequentes, “Foxblog” não aparece na lista de blogs de Technorati.

### **3.2. Repasse metodológico**

#### 3.2.1. A imersão como blogueira

Para investigar a comunicação interpessoal desenvolvida através dos blogs, é necessário, antes de tudo, conhecer este tipo de produção comunicativa. Com a finalidade de conseguir uma imersão suficiente neste sentido, a primeira fase da investigação consistiu em experimentar a imersão entre as pessoas que jogam um

papel no entorno dos blogs, assumindo para isso a postura de uma “blogueira”, ou seja, de uma produtora de conteúdos nestas páginas de publicação cronológica.

A imersão na realidade dos blogueiros foi o primeiro passo para compreender a posição que cada indivíduo assume na comunicação mediada por páginas pessoais. Para este exercício foi utilizada como base teórica as contribuições da etnometodologia, que se ocupa de investigar como os indivíduos, em suas atividades práticas – incluída aí a comunicação – conseguem construir um mundo de significados e, devido a isto, orientar-se a partir dele.

No que se refere a etnometodologia, a principal fonte de informações foi a obra de Christine Hine (2000). A autora apresenta um estudo de caso do impacto da internet em um evento coberto pela mídia e que captou uma grande atenção nos Estados Unidos e na Inglaterra, e que teve cobertura em diversas partes do mundo e uma “imensa atividade em Internet”. Ela abordou o caso de Louise Woodward, uma adolescente inglesa au pair que trabalhava como babá e que foi julgada em Boston pelo assassinato de um bebê que estava sob os cuidados dela. Em seu livro, Hine demonstra a importância das decisões de uma investigadora que busca estudar a comunicação estabelecida na internet, assim como lança observações importantes a respeito do processo de observação da comunicação online.

Para mim interessava, em um primeiro momento, compreender a dinâmica da comunicação realizada através dos blogs e começar a desvendar as formas com que os agentes envolvidos nas interações utilizam os recursos disponíveis e, além disso, interagem com os demais. A construção constante de significados e o intercâmbio das posições de autoridade na interação começaram a ser compreendidas com a prática da comunicação através dos blogs.

Nesta experiência como produtora de conteúdos em duas páginas pessoais – uma que tratava basicamente de temas do meu cotidiano diário, a outra abordava lançamentos de filmes – foi possível perceber como se estabelece o papel de cada pessoa que interage no blog, assim como compreender melhor a importância da interação para a formação de um grupo de pessoas interessadas na comunicação.

Nesta fase foi possível perceber, por exemplo, a importância da publicação de textos simples e direcionados a um determinado público, assim como a eficácia das respostas em comentários dos internautas para a formação de uma rede de participantes frequentadores na interação. Como blogueira, consegui perceber que as pessoas valorizam a interação, as respostas a suas dúvidas e manifestações, independentemente se as respostas são a concordância, discordância ou que representam neutralidade.

Também foi possível perceber que o autor de um blog tem predominância na comunicação, a semelhança dos comunicadores que exercem a profissão nos meios de comunicação de massa. Ou seja, os blogueiros tem claro que apesar das suas páginas pessoais permitirem a interação e a comunicação direta com quem consome seus conteúdos, são eles, os blogueiros, quem no final definem os conteúdos e tem o controle na comunicação.

Mas diferente do que acontece nos meios de comunicação de massa, as pessoas que interagem nos blogs através de comentários nos posts também sentem que tem poder na comunicação. Isso ocorre porque na maioria das páginas pessoais os autores destes espaços permitem comentários com pouca ou nenhuma moderação. Assim, as pessoas percebem que tem a possibilidade de escrever o que lhes interessa manifestar utilizando um espaço que parece muito mais democrático.

Na experiência que tive como blogueira, notei também que é possível formar um grupo de pessoas interessadas em um mesmo assunto ao redor da página pessoal. Algumas vezes, estes espaços servem para aproximar pessoas que se conhecem e que, por razões diversas, não mantem um contato direto, pessoal, com frequência. Outras vezes, especialmente quando o blog trata de um tema específico, como por exemplo os filmes que estão em cartaz nos cinemas, em canais de televisão ou em videolocadoras, pode servir de espaço para a formação de um grupo de pessoas interessadas e que trocam opiniões sem terem se conhecido pessoalmente.

Passada a fase da imersão no âmbito dos blogs – que segue depois do “primeiro contato” em paralelo a esse estudo de casa – é quando começamos a buscar diferentes blogs que tem como característica serem essencialmente pessoais para conhecer os mecanismos de interação e os tipos de discursos empregados nestas páginas pessoais. O resultado da seleção deste universo é apresentado de forma detalhada na epígrafe 3.1.

O procedimento fundamental para satisfazer os objetivos desta investigação é uma análise de conteúdo de blogs pessoais escritos em espanhol e que tem como fonte primária um produtor conhecido na Espanha.

Esta análise passou por diferentes fases. A primeira consistiu em identificar e descrever as variáveis que foram determinantes para o estudo de caso de acordo com os objetivos propostos. Depois, foi necessária a construção de um protocolo ou instrumento de registro da informação relacionada com estas variáveis. O terceiro passo foi registrar os dados dos blogs selecionados para esta investigação e, na sequência, explorar estes dados para a posterior interpretação do que foi coletado.

### 3.2.2. Aplicação da análise de conteúdo

Depois de fazer a imersão como blogueira, desenhamos uma análise de conteúdo de blogs pessoais que estavam ativos na Espanha na época em que foi feita a coleta de dados. Este desenho passou pela identificação e descrição das variáveis determinantes para o estudo de acordo com os objetivos propostos; pela construção de um protocolo ou instrumento de registro; pelo registro dos dados; pela exploração dos dados registrados e, finalmente, pela interpretação dos resultados.

O objeto de estudo desta investigação está constituído apenas por blogs pessoais. Em outras palavras, blogs que não são especializados em um tema específico (como pode ser sobre informática, política, cultura, esportes, etc.) e que se caracterizam por tratar da vida pessoal e do entorno das experiências de seus autores

baseado em um conteúdo que reflete seus gostos, sonhos, desejos, entorno de amizades, vivência profissional, etc.

Para a análise de conteúdo foi escolhido um período em comum para todos os blogs, quando estudados os textos publicados pelos blogueiros e os comentários de internautas que mantêm também páginas pessoais e que produziram textos mais longos e cheios de informação – o que torna o trabalho de análise de conteúdo mais preciso.

Para isto, consideramos como blogs de conteúdo pessoal aqueles que tem uma produção de conteúdos própria, essencialmente, e que falam da vida e do entorno da pessoa que está escrevendo o conteúdo, ainda que o produtor destes textos pode falar ao mesmo tempo de esportes, política, cultura e demais temas, mas sempre com um filtro muito pessoal e subjetivo. Finalmente, este trabalho trata de estudar a manifestação das identidades dos autores e interlocutores deles.

Para saber quais são os principais blogs pessoais da Espanha, tomamos como fontes confiáveis os mais conhecidos e representativos rankings que determinam a influência e a importância dos blogs naquele país.

Além destes rankings, foram observados outros rankings criados pelos próprios blogueiros e que respeitam medidores internacionais que analisam a popularidade, número de acessos e outros critérios para revelar os blogs mais visitados ou mais respeitados em cada país. Concretamente, levamos em conta dez rankings distintos, que são os seguintes: Technorati, Alianzo, FeedBurner, Bitácoras.com, Alexa, Top.blogs.es, o site Obvious e o de Bitacoras.com.

Finalmente foram selecionados os blogs pessoais que apresentavam uma posição mais elevada nos rankings e que, além disso, seguiam com uma atualização de conteúdos regular. Depois de ter feito uma primeira seleção, aplicamos a técnica de amostragem de casos homogêneos, utilizada para buscar e descrever um determinado subgrupo em profundidade. Este procedimento foi importante para estudar o contato entre blogs que tem alguma relação entre si – algo fundamental para cumprir alguns dos objetivos desta investigação.

Depois de analisados os principais rankings de blogs em língua espanhola na internet, chegamos a escolha de um blog principal, chamado também “blog solar”, para servir de parte central da investigação e como fonte primária para a aplicação da técnica de amostragem de casos homogêneos. Para isso, era importante que este blog tivesse como característica principal ser um blog pessoal, ou seja, que tivesse a vida de seu autor e suas atividades como fonte principal dos textos publicados – e que não fosse, desta forma, um blog temático, como podem ser as páginas pessoais que focam um único tema, por exemplo, os esportes, cinema, celebridades, etc.

Escolhemos a técnica da amostragem de casos homogêneos, utilizada em investigações qualitativas, porque ela se caracteriza por auxiliar na identificação de sujeitos que tem experiências comuns sobre determinados temas, como é o caso do tema desta investigação, ou seja, de autores de páginas pessoais. O objetivo de utilizar esta técnica é o de realizar descrições detalhadas dos subgrupos que compõe este perfil estudado.

Desta forma, a partir da página pessoal de Kirai.net, criada pelo espanhol Héctor García, selecionamos outras 40 páginas pessoais secundárias, também chamadas, neste trabalho, de “blogs satélites”. Elas foram escolhidas por apresentar, em comum com o blog de García, a experiência dos internautas identificados também como autores de blogs pessoais, além de que seus comentários nos posts de Kirai.net revelaram uma quantidade maior de elementos de identidade.

Utilizando a técnica de amostragem de casos homogêneos, que busca exemplos similares àquele utilizado como base para a investigação, foi possível configurar um grupo focal que vive alguma experiência similar, o que é fundamental para a proposta desta investigação. Como ocorre com os planetas que compõem o universo, estes blogs satélites orbitam ao redor do sol, de uma “estrela” que os influencia de forma direta – que seria, neste caso, o blog Kirai.net. A mesma relação se percebe na rede criada pelos blogs.

Utilizando o blog de Kirai.net como ponto de partida para chegar aos outros autores das páginas pessoais, utilizamos também a técnica de amostragem em cadeia, chamada também de bola de neve, que consiste em focalizar um sujeito que pertence a um coletivo que é objeto da investigação, o que facilita o contato com o seguinte sujeito que será analisado, e este com o próximo, e assim por diante, sucessivamente.

Também utilizamos o recurso da amostragem por critério lógico, que tem como fundamento a necessidade de contar na investigação com sujeitos que reúnam determinadas características consideradas essenciais pelo objetivo da nossa análise. No caso desta investigação, o critério lógico estabelecido foi que todos os sujeitos analisados tivessem um blog ativo em um mesmo espaço de tempo.

Para analisar a comunicação nos blogs estudados, fizemos uma análise de conteúdo, através da qual nos limitamos a recolher informações dos blogs e de seus autores, ambos objetos desta investigação, sem interagir com eles e nem participar de forma ativa dentro do grupo que foi observado. Assim, entramos em contato com a realidade que seria estudada permanecendo alheios a ela, adquirindo apenas o papel de mero espectador.

Os dados coletados nos 41 blogs estudados foram publicados pelos autores das páginas pessoais no período de abril até outubro de 2008. Estes dados foram examinados durante o ano seguinte, ou seja, em 2009. Posteriormente, estes dados foram interpretados e foi completada também a revisão das fontes bibliográficas relacionadas com os temas tratados por esta tese.

A análise de conteúdo tem valor se se constroem variáveis e categorias que sejam úteis para a obtenção dos dados necessários para a realização de cada um dos objetivos. Ao mesmo tempo, pretendemos que ela recolha a variedade de situações que ocorrem dentro do universo em estudo. Por exemplo, que permitam registrar as interações entre os diferentes autores que intervêm neste processo com a finalidade de contemplar os distintos nós desta teia de aranha comunicativa.

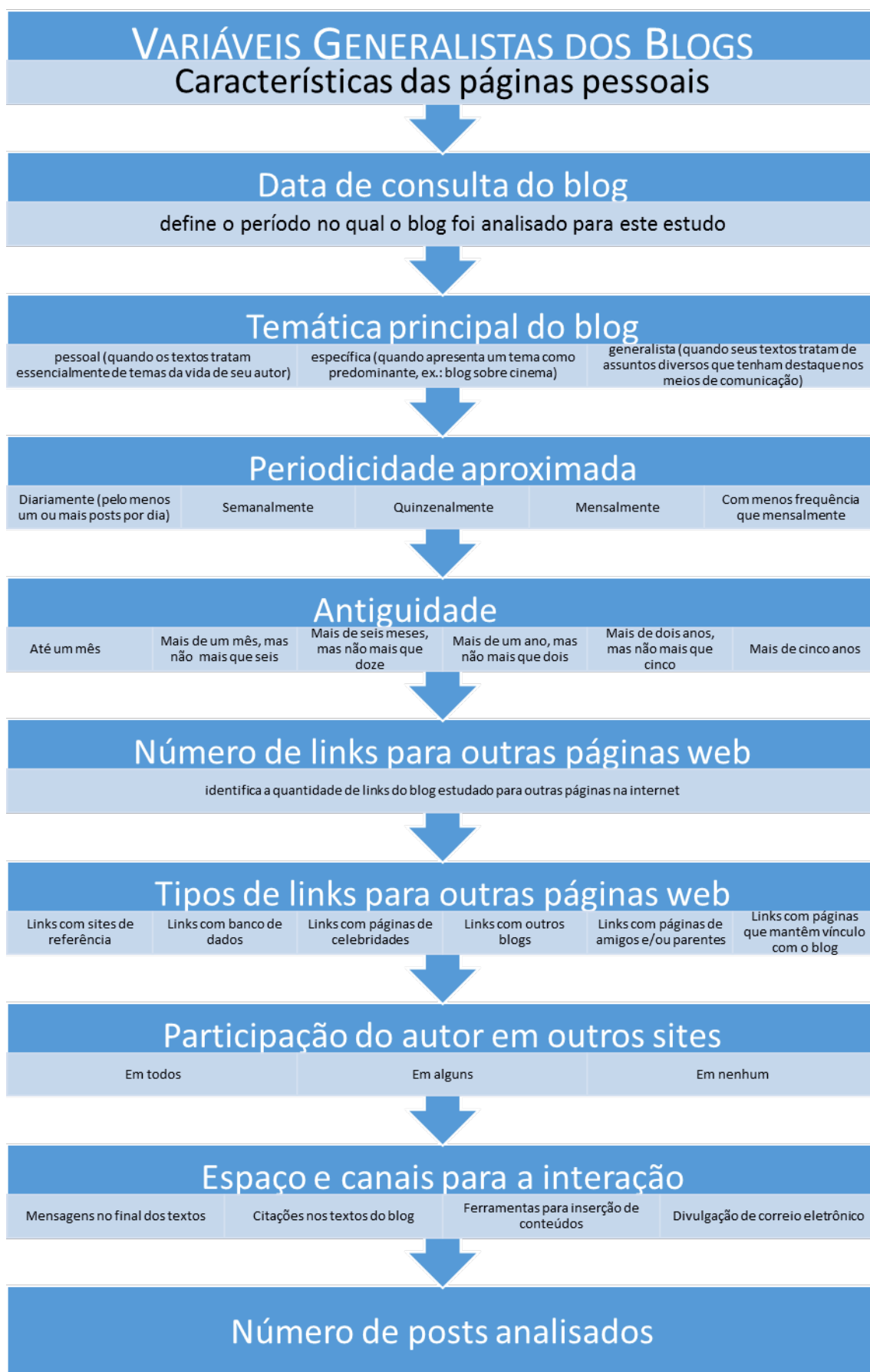
Para chegar a estas variáveis foi fundamental a experiência etnometodológica e de observação participante que consistiu em criar, observar e interagir com leitores de

um blog próprios antes de começar a investigação, além de observar as comunicações em outros blogs que não foram selecionados para este estudo de caso. O anexo I oferece uma descrição das variáveis e as categorias ou opções de cada uma delas.

As variáveis se classificam nos seguintes blocos:

- Características dos blogs.
- Dados pessoais dos autores principais do blog.
- Nível de personalização dos discursos empregados.
- Assuntos mais frequentes.
- Nível de participação de leitores do blog nos discursos.
  - Dados sobre as respostas dos autores do blog em seu próprio site ou em outros de sua rede de participantes.
  - Elementos de identificação pessoal e coletiva.
  - Relações dos autores principais do blog com seus leitores e o entorno virtual.
  - Relações de dependência ou de independência dos autores principais com seu entorno real e com o entorno virtual.
  - Efeitos da interação dos autores principais do blog com os demais internautas em relação a seus discursos.

Este blocos se dividem da seguinte maneira:





## VARIÁVEIS GENERALISTAS DOS BLOGS

Dados pessoais dos autores principais do blog



Número de autores

Um autor

Dois autores

Três autores

Mais de três autores

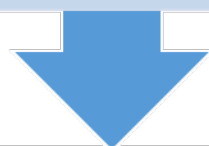


Gênero dos autores do blog

Homem

Mulher

Não identificado



Idade dos autores do blog

Até 20 anos

De 21 a 25  
anos

De 26 a 30  
anos

De 31 a 35  
anos

De 36 a 40  
anos

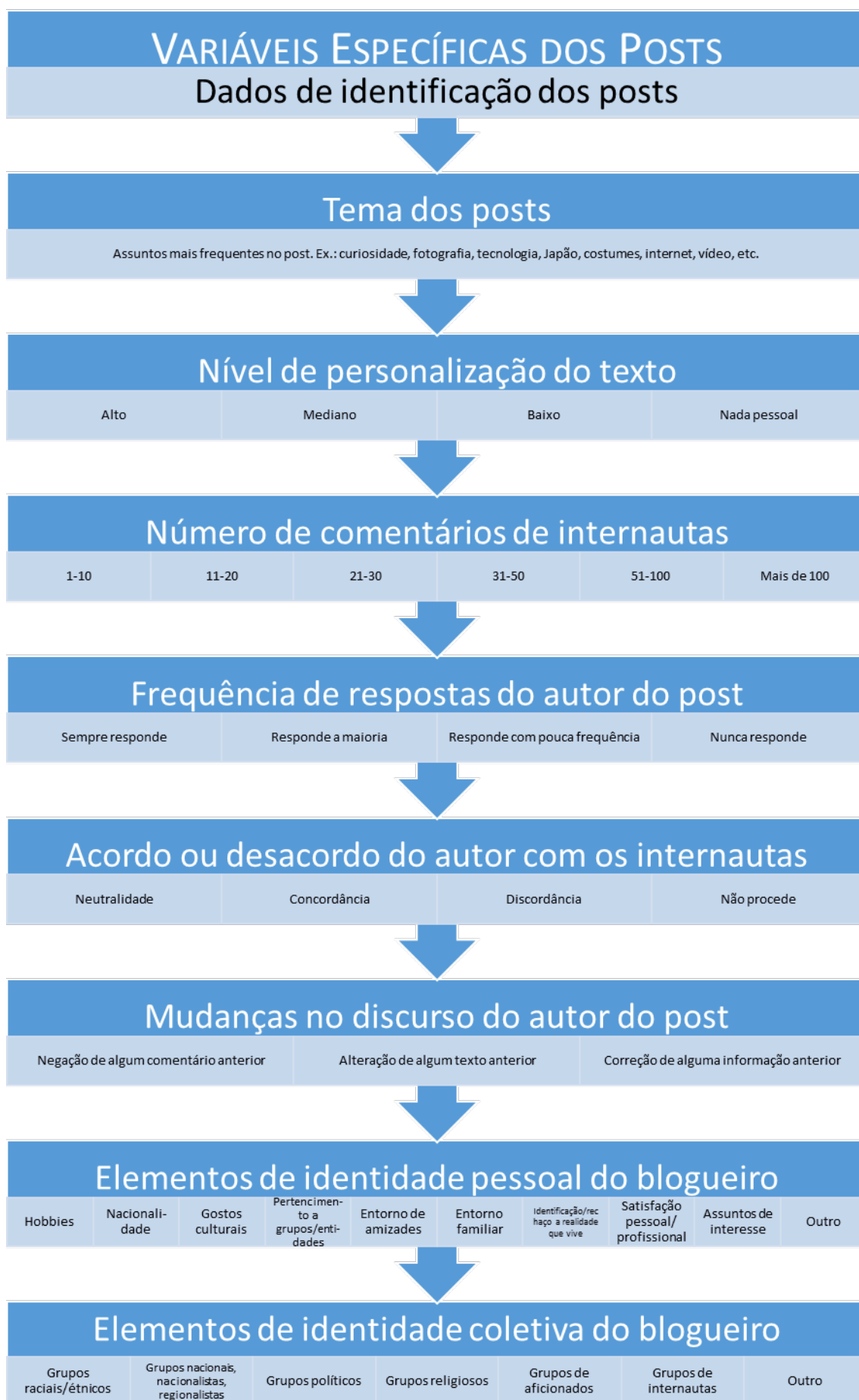
41 anos ou  
mais

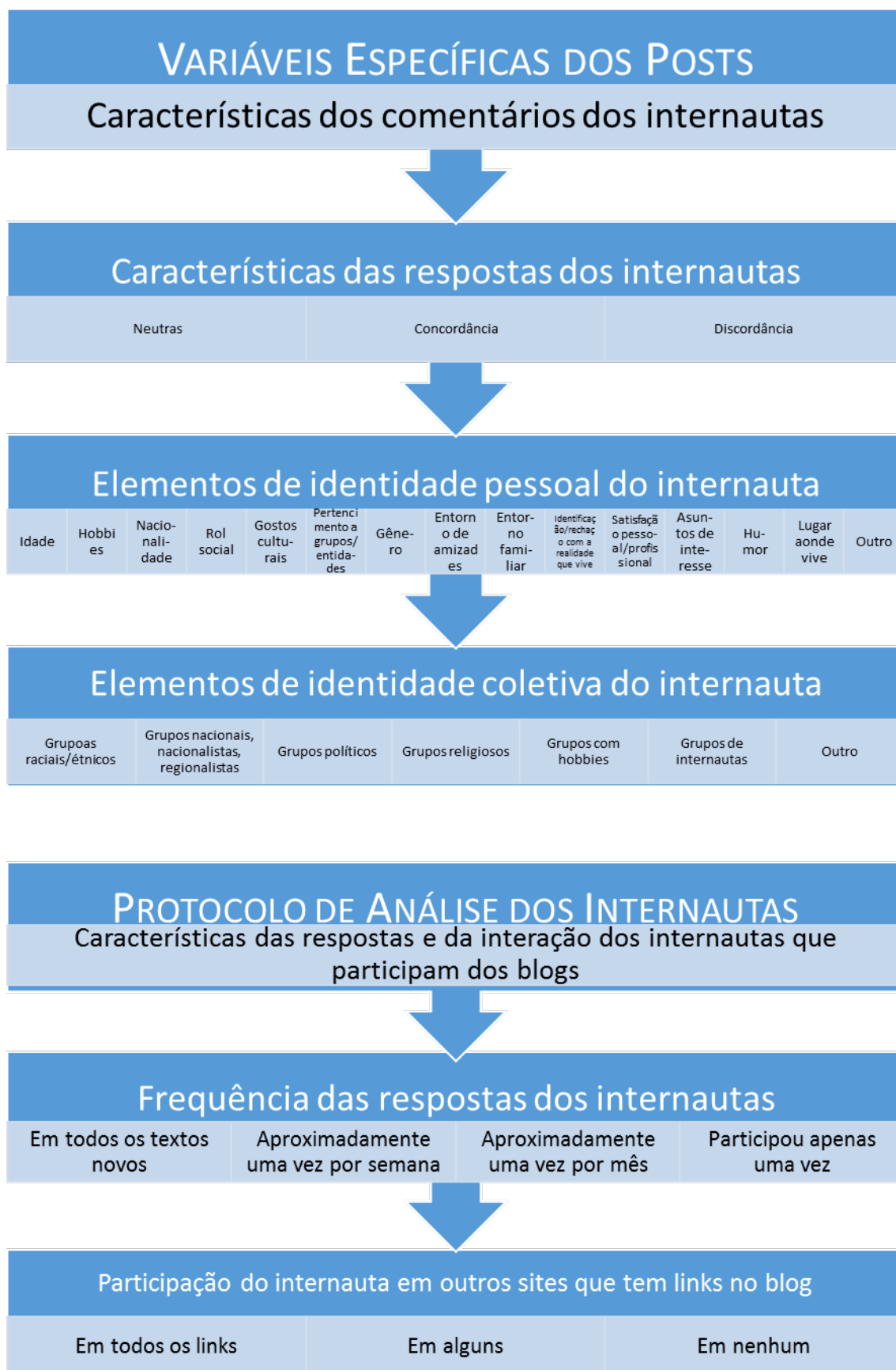
Não  
identificada



Rol social principal desempenhado pelos autores do blog

estabelece o rol profissional ou ocupacional do (dos) autor(es) principal(is) dos conteúdos publicados no blog. Ex.: jornalista, engenheiro informático, biólogo, dentista, estudante, etc., ou não identificado.





Estas variáveis costumam apresentar poucas mudanças durante o tempo de análise – exceto se o autor executa alterações na dinâmica do conteúdo de seu blog, como quando insere novas ferramentas para a interação com os internautas ou convida algum colaborador que passa, então, a assumir parte dos conteúdos da página pessoal na internet.

Além disso, as variáveis que fazem referência aos posts contemplam também a interação entre o autor do blog e os internautas que participam da construção do conteúdo através da manifestação de opiniões em comentários que seguem os textos publicados no blog.

Depois de estabelecidos os objetivos deste estudo, assim como a forma pela qual pensamos em alcançá-los operando com determinadas variáveis e categorias, comprovamos a utilidade dos instrumentos de registro com a configuração inicial que tinham aplicando os mesmos no estudo de caso do “blog solar”.

Comprovada a eficácia destes instrumentos e, conseqüentemente, assumindo como definitiva a configuração do protocolo de registro, começamos a extração dos dados dos 40 blogs secundários, chamados também de “blogs satélites”.

Quando foi completada a base de dados, iniciou o procedimento de exploração desta base de dados, seguindo um plano desenhado que levou em conta os objetivos da análise. O plano de exploração (anexo nº 3) especifica as operações e as hipóteses inicialmente associadas a cada objetivo específico. No próximo capítulo se apresentam os resultados desta análise.

Com os resultados da análise, percebemos que algumas questões necessitavam ser melhor esclarecidas. Esta é a razão pela qual se elaborou um questionário para investigar pontos que não ficaram totalmente evidentes com a análise dos conteúdos, como, por exemplo, as relações que existiam ou não entre o blogueiro e as pessoas que interagiam com ele em sua página pessoal antes dela ser criada.

### 3.2.3. Aplicação da entrevista em profundidade

Como foi comentado no subitem anterior, depois de feita a análise de conteúdo, percebemos que alguns pontos que a investigação pretendia tornar mais claros por meio de seus objetivos não haviam sido bem resolvidos apenas com estas análises.

Por este motivo, produzimos um questionário direcionado para os autores das páginas pessoais que busca aprofundar algumas questões que não ficaram totalmente claras com a análise da comunicação que foi estabelecida nas páginas pessoais dos autores investigados.

No segundo semestre de 2013, ou seja, cinco anos depois da coleta dos dados dos blogs estudados neste trabalho ser feita, foi elaborado um questionário como fonte auxiliar de informações para tornar mais claros alguns pontos evidenciados pela análise de conteúdo.

Foi naquele momento que começamos a buscar formas de contatar os autores dos blogs pessoais estudados. Acessando os endereços dos blogs na internet, foi possível perceber que cinco anos depois da coleta de dados das páginas pessoais, dos 41 blogs estudados, cinco tinham deixado de existir, haviam acabado.

Com o fim da atividade destas páginas pessoais, nosso universo de autores para os quais seria possível enviar o questionário foi reduzido para 36. Buscando formas de contato nos blogs dos autores que seguiam com os seus blogs ativos – mas, importante ponderar, que muitos deles sem manter as páginas pessoais atualizadas –, conseguimos alguns e-mails (correios eletrônicos) de contato divulgados nas próprias páginas pessoais. Nos outros casos, em que não estava disponível um e-mail de contato, enviamos uma mensagem no post mais recente do blog solicitando um e-mail para entrarmos em contato.

Entre o segundo semestre de 2013 e o primeiro semestre do ano seguinte foram enviados questionários para 22 autores de blogs pessoais que foram estudados – com outros 14 tentamos contatos através de mensagens deixadas em seus respectivos blogs ou em redes sociais divulgadas nas respectivas páginas pessoais (como, por exemplo, Facebook e Twitter) e, no caso de uma página pessoal específica, “Enjoy the Silence”, que fez uma restrição de acesso aos conteúdos do blog para usuários que não tinham permissão para isso, se pediu o acesso ao blog. Não houve respostas em nenhum destes casos.

Dos 22 questionários enviados e, posteriormente, reenviados aos blogueiros que facilitaram, de alguma forma, um e-mail para contato, conseguimos respostas de quatro autores de páginas pessoais – o que representa 18% das respostas possíveis e um 10% do total de autores que foram analisados por médio da análise de conteúdo dos blogs.

Ainda que o número de resposta tenha sido pequeno, consideramos que o retorno dos blogueiros é importante para compreender melhor alguns pontos da comunicação estabelecida nos blogs. Entre os pontos que o questionário nos permitiu avançar, estão:

- A investigação a respeito da existência de contatos do blogueiro anteriores a criação de sua página pessoal e que foram apresentados posteriormente como dados públicos para os leitores do blog quando a página pessoal foi criada;

- A importância de alguns temas – como podem ser os hobbies/gostos culturais e a identificação com algum território – frente a irrelevância de outros temas – como é o caso da política e da religião – entre os assuntos mais tratados pelos blogueiros;

- A manutenção de contatos do blogueiro com os seus leitores tanto dentro do universo da internet quanto fora deste ambiente;

- A importância da manifestação das identidades dos blogueiros para que os leitores de suas páginas pessoais interajam mais com comentários no blog;

- A relação entre mais comentários nos blogs e a necessidade que o autor sente em manter uma comunicação com os seus leitores;

- O sentimento dos autores dos blogs em relação às pessoas que visitam e que comentam em suas páginas pessoais;
- A identificação que o blogueiro estabelece com os seus leitores levando em conta as características de sua própria identidade;
- A percepção do blogueiro dos temas mais atraentes para os seus leitores e a diferença no discurso do autor da página pessoal a partir do momento que ele faz a identificação destes temas;
- A influência da interação com os internautas para que o blogueiro modifique algum sentimento de pertencimento que ele possuía até então;
- O estabelecimento de uma comunidade de autores de blogs através da interação do blogueiro com outras pessoas que mantêm páginas pessoais na internet;
- A importância dos elementos de identidade considerados básicos como gênero, idade e o rol social para a criação de um grupo de blogueiros ao redor de uma página pessoal;
- A importância do rol social e/ou da profissão do autor de uma página pessoal para determinar a constância com a qual ele atualiza o seu próprio blog;
- A relação entre respostas positivas dos internautas que visitam um blog com uma maior contestação do blogueiro para esses comentários;
- A influência das opiniões dos internautas para que o blogueiro reconstrua a sua própria percepção de identidade.

Com as respostas dos blogueiros das páginas pessoais “Lusanagi’s Corner”, “What Time Sailing?”, “Bajando al Mono” e “Foxblog” foi produzida uma nova análise, desta vez das 15 perguntas do questionário e, com as respostas dos blogueiros, foi possível avançar em pontos que não haviam ficado totalmente claros com a simples análise de conteúdo do que foi publicado nos blogs.

#### 3.2.4. Revisão bibliográfica

A busca de fontes bibliográficas relacionadas com a história da comunicação e com o contexto social dos tempos atuais começou antes da elaboração do estudo de caso e prosseguiu após esta fase da tese. Esta busca serviu, em um primeiro momento, para desenhar as variáveis do protocolo de análise de acordo com os objetivos propostos.

Apenas depois de interpretar os dados obtidos na análise de conteúdo dos blogs estudados, a revisão bibliográfica foi completada com fontes de informação direcionadas para os temas tratados na nossa investigação.

As fontes bibliográficas foram buscadas tanto nas livrarias da Espanha e do Brasil quanto e, principalmente, nos bancos de dados de teses de doutorado e em trabalhos de conclusão de cursos de pós-graduação disponíveis para consulta na internet. Com essa busca foi possível encontrar trabalhos importantes. Em especial, no que está relacionado a novos estudos a respeito da comunicação e da interação estabelecida nas páginas pessoais e nas redes sociais de internet.

Como é possível observar na bibliografia, no final deste trabalho, as fontes de informação desta tese são variadas, com trabalhos e autores de diferentes países, universidades e correntes teóricas.

## Capítulo 4

### A manifestação de identidades nas páginas pessoais de internet

#### 4.0. Apresentação

Nos últimos 20 anos, desde o surgimento do primeiro blog de que se tem notícias, em 1992, milhões de pessoas de variados contextos sociais criaram páginas pessoais na internet para escrever e manifestar de diferentes formas o que lhes interessava dizer.

A comunidade mediada por computadores mudou com o surgimento desta ferramenta que, pouco a pouco, expandiu o seu alcance para outras esferas da sociedade ao ponto de mudar, inclusive, a maneira de trabalhar de jornalistas que estavam apenas se acostumando com um cotidiano de atualizações em diferentes plataformas comunicativas – e não somente na plataforma tradicional na qual eles estavam acostumados a atuar.

Neste cenário de proliferação dos blogs, a manifestação da intimidade e de elementos de identidade pessoal e de identidade coletiva das pessoas que começaram a escrever nas páginas pessoais na internet começaram a ganhar cada vez maior relevância. Surgiram muitos questionamentos a respeito dos efeitos da comunicação estabelecida por intermédio dos blogs, assim como surgiram diferentes estudos que buscavam respostas para as perguntas relacionadas ao assunto.

Seguindo a linha de teóricos que examinam a construção e a reconstrução das identidades, investigamos de forma mais aprofundada a comunicação e a interação nos blogs pessoais. Primeiramente, para entender até que ponto os autores destas páginas realmente comunicavam a respeito deles mesmos e como tinham definidos os seus sentimentos de pertencimento a grupos e coletivos para, dependendo da comunicação estabelecida nos espaços dos blogs, fazer o intercâmbio de algumas de suas percepções a respeito de si mesmos ou dos demais.

Trabalhando com técnicas utilizadas frequentemente em investigações que tem os blogs como objeto de estudo, adotamos a análise de conteúdo e entrevistas guiadas mas abertas para conhecer melhor os autores das páginas pessoais, seus interlocutores e também a comunicação estabelecida entre eles em um contexto social em que as mudanças constantes, a insegurança e a volatilidade de valores e costumes é cada vez mais frequente.



Neste capítulo apresentamos o resultado da análise de conteúdo dos 41 blogs escritos em espanhol e que tem na página pessoal Kirai.net, que faz parte deste grupo, o seu elo de ligação. Além de analisar a manifestação de identidade dos blogueiros por meio das publicações de seus respectivos blogs, estudamos o que eles comunicaram nas interações com outros internautas, na publicação de comentários destes autores em outros blogs estudados e no uso de recursos como a publicação de links e de perfis em suas próprias páginas pessoais.

Também analisamos a interação nos blogs pessoais, com o estudo dos posts mais e menos comentados, as temáticas trabalhadas nestes textos e o tipo de resposta publicada pelo público das páginas pessoais.

A estrutura deste capítulo responde a ordem dos objetivos indicados no capítulo 1 desta investigação. Resumimos os seus anunciados a seguir:

1. Estudar o sentimento de pertencimento a grupos e coletivos dos produtores de conteúdos dos blogs e das pessoas que visitam e comentam em suas páginas pessoais;
2. Conhecer o nível de personalização dos conteúdos. O blogueiro pode contar mais ou menos dados de sua vida pessoal;
3. Conhecer os elementos mais frequentes com os quais os blogueiros manifestam a sua identidade (como afinidades e pertencimento a grupos) e de que maneira a comunicação estabelecida através de seu blog lhe ajuda a expressar a ideia de que o autor forma parte de um coletivo, de um grupo ou percebe que é distinto dos demais;
4. Avaliar se a manifestação da identidade do blogueiro é determinante para a criação de uma “comunidade virtual” que funciona ao redor de seu blog;
5. Buscar os elementos de interação entre o blogueiro e as pessoas que fazem comentários em seus textos para descobrir até que ponto esta interação pode mudar o discurso de identificação do blogueiro com determinado grupo social;
6. Analisar os níveis de interação entre distintos blogs e se este contato acaba sendo determinante para que a “comunidade virtual” seja criada e mantida;
7. Estudar a “rede” de contatos e links dos blogueiros para outros blogs e investigar, com isso, a criação de uma “comunidade virtual” que podia ou não existir antes da interação entre os seus participantes e criadores;
8. Averiguar se existe uma relação entre a personalização dos textos e o interesse das pessoas em seguir os conteúdos do blog.

#### **4.1. O sentimento de pertencimento dos produtores de conteúdos dos blogs em relação a grupos e coletivos**

Um indivíduo pode se sentir mais ou menos inserido em um determinado grupo de relações sociais. Em um meio de comunicação pública como é o caso dos blogs e da própria internet do qual eles fazem parte, estes sentimentos de pertencimento a determinados grupos podem tornar-se evidentes ou ocultos. A exteriorização destes sentimentos acaba, finalmente, afetando a interação com outras pessoas que participam da comunicação através de comentários ou outros tipos de contribuições aos conteúdos publicados.

Nesta realidade, todo e qualquer elemento que identifica o autor do blog, seja por suas características pessoais ou por seu sentimento de pertencimento a grupos, entidades e coletivos, influencia na comunicação. Estes elementos podem atrair aos interlocutores, criando empatia ao aproximar “desconhecidos” que tem algumas características em comum, ou estabelecendo “barreiras” entre indivíduos que não se sentem familiarizados com os mesmos valores e/ou elementos de identidade.

Quando estudamos um blog “solar”, destes que atraem muitos leitores, e através dele 40 blogs “satélites”, do tipo que orbita de alguma maneira ao redor do blog “solar”, foi possível identificar que existem sentimentos de pertencimento a uns grupos de maneira muito mais frequente do que se compararmos com manifestações de pertencimento em relação a outras páginas pessoais. Isto não significa que os blogueiros não distinguem a sua presença em determinado grupo ou coletivo, e sim que determinados temas lhe parecem mais significativos que outros para expor ao público o que lhes interessa e, possivelmente, debater estes temas.

O sentimento de pertencimento a grupos raciais e étnicos, assim como a grupos que seguem determinada orientação política ou religiosa, aparece em ocasiões muito escassas nos discursos dos blogs analisados. Questões de raça e de etnia foram identificadas, por exemplo, em apenas 10 dos 41 blogs que fizeram parte deste estudo de caso. O mesmo número foi observado quando analisada a questão dos grupos políticos, enquanto que o sentimento de pertencimento a grupos ou coletivos religiosos foi detectada em apenas 9 dos 41 blogs analisados.

Figura 4.1.

<b>Relação dos blogs nos quais os sentimentos de pertencimento que aparecem menos na blogosfera foram identificados</b>			
Blogs nº	Grupos raciais/étnicos	Grupos políticos	Grupos religiosos
001	√		
002		√	√
004	√		
005	√	√	
010	√		
012			√
013			√
014	√		
016	√		
017	√		
018	√	√	√
019		√	√
020		√	
023		√	
025	√	√	√
026	√	√	
029		√	
033		√	√
034			√
037			√

Além de que estes coletivos, descontadas as coincidências, foram citados em pouco menos de um quarto dos blogs estudados, o número de vezes em que um blogueiro revela pertencer a um destes grupos é muito pequeno se comparado com o número total de posts publicados em cada uma das páginas pessoais.

Na comparação com outros elementos que representam o sentimento do autor em relação a determinados grupos distintos dos citados anteriormente, os números das categorias listadas também e revelam baixos se comparados com a totalidade dos posts analisados. Calculando as vezes em que manifestações relativas a raça, étnica, política ou crença religiosa apareceram na comparação com a totalidade dos posts, foi possível perceber uma presença baixa destes elementos nos distintos blogs – nunca passa de 14,28%, como é possível analisar observando a tabela a seguir:

Figura 4.2.

<b>Participação dos elementos que aparecem com menor frequência nos blogs na comparação com o total identificado nos posts</b>			
Blogs nº	Grupos raciais/étnicos	Grupos políticos	Grupos religiosos
001	3,53%	----	----
002	----	2,22%	2,22%
004	1,66%		
005	3,57%	14,28%	
010	8,33%		
012			7,14%
013			5%
014	2,94%		
016	2%		
017	11,11%		
018	0,52%	0,52%	1,05%
019		3,22%	0,64%
020		7,40%	
023		2,38%	
025	0,27%	2,43%	0,27%
026	0,96%	0,48%	
029		0,75%	
033		5,45%	1,81%
034			4,25%
037			1,85%

*Aparecem com uma frequência maior os elementos que revelam a identificação dos blogueiros com grupos de internautas, grupos de aficionados ou coletivos que tem um determinado território como elemento em comum.*

A identificação com os coletivos que utilizam internet frequentemente é previsível já que os blogs analisados são mantidos, normalmente, por pessoas que tem familiaridade com a tecnologia e com os seus recursos. Mesmo assim, não deixa de ser curioso que características como os gostos culturais e a identificação com determinadas origens territoriais estejam presentes em quase todos os blogs e em diversas ocasiões ao mesmo tempo em que o pertencimento a grupos religiosos, políticos ou étnicos sejam tão irrelevantes.

Esta última característica parece ressaltar a tendência atual na qual é mais frequente o debate sobre questões “menos determinantes” para os comportamentos e/ou questões que tem uma maior possibilidade de mudar na determinação das identidades individuais, como é o caso dos gostos culturais, a origem territorial do blogueiro ou a capacidade dele de interagir com a tecnologia no lugar de debater questões “mais determinantes” como é o caso de suas posições políticas, religiosas ou a sua origem racial/étnica.

Desta forma fica refletida neste estudo a leviandade característica da “modernidade líquida” (Bauman, Z., 2007). Essa característica também revela o tipo de discurso mais presente na blogosfera, algo que foi confirmado também pela análise de outras variáveis desta investigação.

O sentimento de pertencimento dos blogueiros em relação a grupos de internautas e coletivos de aficionados foi identificado nas 41 páginas pessoais analisadas. O mesmo sentimento em relação a grupos nacionais, nacionalistas ou regionalistas foi identificado nos discursos de 38 blogueiros.

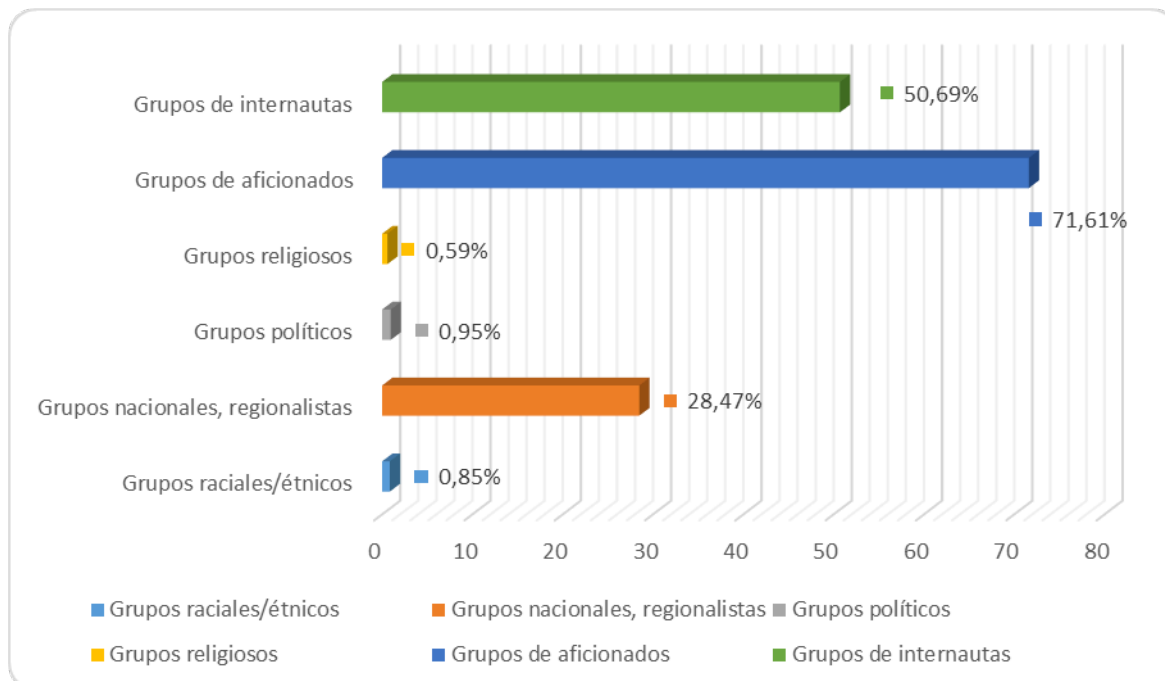
A proporção destas características em relação a totalidade dos posts publicados nas distintas páginas pessoais reflete a existência de uma quantidade muito maior de textos em que a referência a grupos de internautas e a grupos de aficionados se mostra presente se formos comparar com as manifestações relacionadas com os outros grupos elencados neste trabalho.

Figura 4.3.

<b>Presença dos elementos mais comuns em relação ao total dos posts analisados</b>			
Blogs nº	Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas	Grupos de aficionados	Grupos de internautas
001	6,19%	33,18%	26,54%
002	24,44%	42,22%	53,33%
003	1,85%	14,19%	27,77%
004	6,66%	40%	81,66%
005	53,57%	50%	3,57%
006	16,66%	65,27%	73,61%
007	12,06%	61,20%	86,20%
008	12,97%	79,38%	83,96%
009	----	90%	20%
010	66,66%	50%	50%
011	43,24%	59,45%	35,13%
012	100%	100%	14,28%

013	100%	35%	30%
014	41,17%	72,79%	31,61%
015	11,19%	45,48%	93,14%
016	34%	74%	8%
017	44,44%	55,55%	11,11%
018	54,21%	87,36%	58,42%
019	25,80%	74,83%	77,41%
020	33,33%	92,59%	51,85%
021	----	100%	100%
022	36,53%	65,38%	65,38%
023	42,85%	85,71%	66,66%
024	31,03%	84,48%	67,24%
025	20,81%	86,75%	57,56%
026	26,92%	90,86%	53,84%
027	66,66%	95,23%	38,09%
028	----	25%	25%
029	19,69%	100%	70,45%
030	10,82%	98,72%	80,89%
031	3,84%	100%	26,92%
032	30,30%	96,96%	33,33%
033	36,36%	94,54%	58,18%
034	21,27%	97,87%	59,57%
035	0,16%	97,14%	40%
036	16,25%	93,75%	97,91%
037	7,40%	87,03%	68,51%
038	71,42%	85,71%	28,57%
039	11,66%	20%	18,33%
040	4,25%	8,51%	8,51%
041	20,83%	100%	95,83%

No gráfico a seguir é possível visualizar como os elementos de identidade que são mais passíveis de mudança predominam nas publicações nos blogs se comparados a outros elementos de identidade:



**Figura 4.4. Frequência com que os elementos de identidade coletiva aparecem**

Os elementos de identidade coletiva manifestados nos textos do autor do blog revelam o seu sentimento de pertencimento a determinado grupo ou coletivo. Mas estes elementos podem ter origem – e normalmente é isso o que acontece – fora do âmbito da internet.

Ainda assim, é um fato que ao criar um conteúdo original na internet, através de seu blog pessoal, o autor também pode criar um grupo que busca marcar presença constante em seus novos textos através de comentários, assim como pode criar um grupo de blogueiros que tende a intercambiar referências e links entre si.

Para entender a dinâmica criada ao redor de um blog, estudamos as relações entre os distintos blogueiros analisados. A interação entre os autores das páginas pessoais foi detectada mediante a identificação da publicação de links para outros blogueiros nas páginas dos respectivos autores, assim como pela publicação de comentários nos posts dos blogueiros que fizeram parte deste estudo.

É curioso perceber que o autor do blog solar estudado, assim como os autores dos 40 blogs satélites analisados mantém o hábito de participar com comentários em pelo menos uma das outras páginas web que fizeram parte deste estudo, mas que nem todos os blogs registram comentários de algum dos outros autores monitorados.

*Não existe uma interação “ideal”, se por interação ideal se entende uma interação completamente simétrica, segundo a qual uma mensagem é comunicada por um emissor para um interlocutor e este último responde no mesmo nível comunicativo ao emissor inicial. No que se refere aos blogs, a comunicação muitas vezes é unidimensional y assimétrica.*

Analisando de forma mais detalhada a comunicação estabelecida entre distintos blogueiros, é possível perceber que muitos comentários de determinados autores seguem a tendência de apenas divulgar as suas próprias páginas pessoais através da publicação de um comentário em um blog que tem destaque, como é o caso de Kirai.net sem, para isso, o autor se preocupar de que os seus comentários tenham alguma adequação em relação a temática do blog ou de seus conteúdos. É o mesmo que dizer que muitos blogueiros publicam comentários para tornar as suas próprias páginas conhecidas e não para intercambiar opiniões ou estabelecer relações com os outros autores de conteúdos que estão na blogosfera.

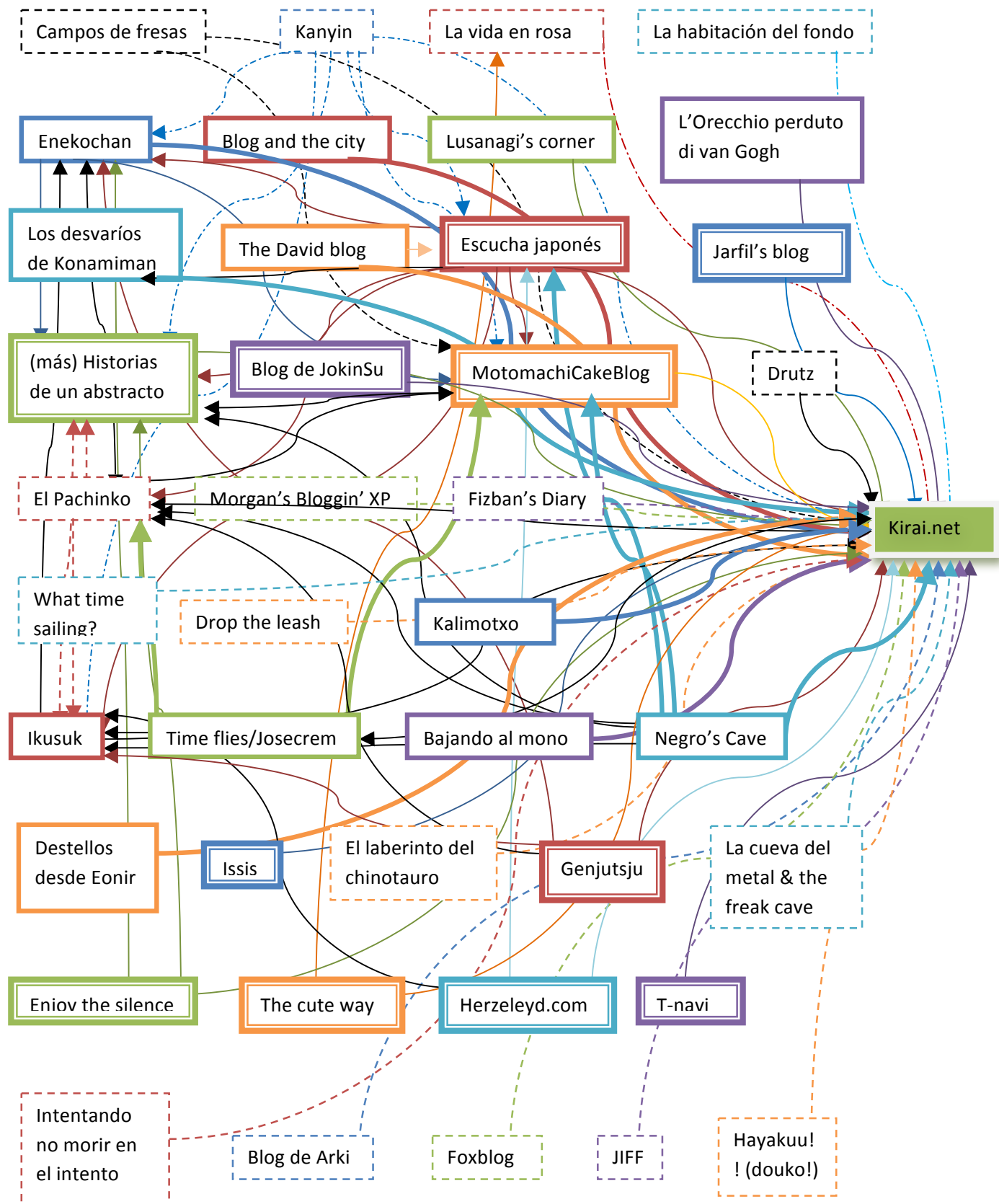
Levando em conta que a blogosfera apresenta uma grande variedade de páginas web e de conteúdos, cada um tenta se mostrar para o público e conquistar leitores a sua maneira. Algumas vezes, contudo, é justamente esta falta de semelhança entre temáticas ou a adequação dos discursos o que provoca uma relação desigual na comunicação – ou, como foi comentado antes, uma comunicação que tem apenas uma via.

Como o blog de Kirai.net é o blog solar deste estudo, os 40 blogs satélites identificados através de comentários publicados na página de Héctor García participam de seu blog em algum momento no período de abril até outubro de 2008, quando foram coletadas as informações para este trabalho. Depois de Kirai.net, os blogs que apresentam uma maior participação e “presença” de outros blogueiros em suas páginas web através da publicação de comentários nos posts são os de “Enekochan”, “Escucha japonês”, “(más) Historias de un abstracto”, “MotomachiCakeBlog”, “El Pachinko” e o de “Ikusuki”.

Para entender melhor as relações de interação criadas pelos diferentes autores dos blogs, vamos traçar uma arte de linhas que apresente as características de intercâmbio de comentários e que marque a participação dos distintos blogueiros em outras páginas web deste estudo:



Figura 4.5.



Os dados anteriores podem ser entendidos também através da seguinte tabela que resume a relação que cada um dos blogs estabeleceu com os demais:

Figura 4.6.

<b>A interação entre blogueiro e internautas que mantém também um blog</b>		
Blog nº	<i>Participação do blogueiro em outras páginas pessoais</i>	<i>Participação de outros blogueiros no blog</i>
001	Blog018, Blog027	Todos os blogs satélites analisados comentam no blog de Kirai
002	Blog001, Blog016	
003	Blog001, Blog006, Blog012, Blog014, Blog016, Blog026	
004	Blog001	Blog035
005	Blog001	
006	Blog001, Blog014, Blog016, Blog018, Blog026	Blog003, Blog012, Blog018, Blog026, Blog029, Blog034
007	Blog001	
008	Blog001	
009	Blog001	
010	Blog001	Blog012
011	Blog001, Blog012	
012	Blog001, Blog006, Blog010, Blog014, Blog016, Blog018, Blog026	Blog003, Blog011, Blog021, Blog036
013	Blog001	
014	Blog001, Blog016, Blog026	Blog003, Blog006, Blog012, Blog016, Blog018, Blog021, Blog026, Blog034
015	Blog001	
016	Blog001, Blog014	Blog002, Blog003, Blog006, Blog012, Blog014, Blog018, Blog021, Blog027, Blog038
017	Blog001	

018	Blog001, Blog006, Blog014, Blog016, Blog026	Blog001, Blog006, Blog012 (con su otro blog), Blog021, Blog027, Blog029
019	Blog001	
020	Blog001	
021	Blog001, Blog012, Blog014, Blog016, Blog018, Blog026	
022	Blog001	
023	Blog001	
024	Blog001	
025	Blog001	
026	Blog001, Blog006, Blog014	Blog003, Blog006, Blog012, Blog014, Blog018, Blog021, Blog027, Blog029, Blog036
027	Blog001, Blog016, Blog018, Blog026	Blog001, Blog012 (con su otro blog), Blog018, Blog023
028	Blog001	
029	Blog001, Blog006, Blog018, Blog026	Blog006, Blog018
030	Blog001	
031	Blog001	
032	Blog001	
033	Blog001	
034	Blog001, Blog006, Blog014	Blog006, Blog014
035	Blog001, Blog004	Blog004
036	Blog001, Blog012, Blog026	
037	Blog001	
038	Blog001	
039	Blog001	
040	Blog001	
041	Blog001	

No estudo de caso foi possível perceber que 15 dos 41 autores de blogs estudados produziram comentários em outras páginas estudadas. Este intercâmbio ocorre, desta forma, em pouco mais de 36% dos casos, o que comprova uma certa tendência a que um a cada três blogueiros busque, além de publicar conteúdos próprios, participar de outras páginas pessoais que apresentam alguma semelhança

de temáticas e/ou alguma relação pessoal com o indivíduo através da manifestação de suas opiniões, gostos e afinidades. Vale ressaltar que este número pode ser ainda maior, já que as correspondências vistas por esta análise tiveram em conta apenas um grupo restrito de 41 blogs.

*Existe a formação de uma rede de interlocuções, mas estas se dão em menor número do que se podia imaginar. Os blogs estimulam a participação de outros internautas através da publicação de suas opiniões por meio de comentários, mas não são todos os blogueiros que atraem outros autores para sua página pessoal e/ou que mantêm o hábito de escrever comentários em outros sites na internet. Se percebe que se criam relações através dos blogs, mas não é todas as vezes que a interação se revela no âmbito da internet.*

Depois de identificar que tipo de elementos de identidade coletiva foram manifestados pelos blogueiros em seus textos e de descobrir até que ponto a interação entre autor e internautas podia se estender a outros blogs na internet, cabe perguntarmos se existe uma correspondência entre os elementos determinantes no discurso do blogueiro e aqueles manifestados pelos internautas que acabam por interagir com ele.

Para responder a esta questão, observamos quais elementos de identidade coletiva são manifestados nos conteúdos dos blogs e em quantos destes mesmos elementos foi possível encontrar correspondência nos comentários dos internautas que interagiram nos textos através dos comentários publicados após os posts.

**Figura 4.7. Comparação de elementos de identidade coletiva manifestados por blogueiro e internautas**

Blog nº	Raciais/étnicos - blogueiro/internauta (blogueiro/internauta)	Nacionais, nacionalistas, regionalistas - b/i	Políticos – b/i	Religiosos – b/i	Aficionados – b/i	Internautas – b/i
001	8/4	14/1	0/0	0/0	75/33	60/35
002	0/2	11/0	1/0	1/0	19/5	24/14
003	0/0	3/0	0/0	0/0	23/3	45/14
004	1/0	4/0	0/0	0/0	24/2	49/36
005	1/0	15/9	4/0	0/0	14/3	1/1
006	0/0	12/2	0/0	0/0	47/15	53/39
007	0/0	14/1	0/0	0/0	71/13	100/94

008	0/0	17/3	0/0	0/0	104/18	110/38
009	0/0	0/0	0/0	0/0	9/0	2/0
010	1/0	8/0	0/0	0/0	6/3	6/4
011	0/0	16/2	0/0	0/0	22/0	13/1
012	0/0	28/2	0/0	2/0	28/24	4/2
013	0/0	20/0	0/0	1/1	7/0	6/1
014	4/0	56/13	0/0	0/0	99/23	43/24
015	0/0	31/3	0/0	0/0	126/6	258/50
016	1/0	17/1	0/0	0/0	37/0	4/1
017	1/0	4/1	0/0	0/0	5/0	1/1
018	1/0	103/29	1/0	2/0	166/18	111/96
019	0/0	40/8	5/1	1/0	116/36	120/83
020	0/0	9/0	2/0	0/0	25/5	14/6
021	0/0	0/0	0/0	0/0	6/2	6/6
022	0/0	38/12	0/0	0/0	68/16	68/9
023	0/0	18/6	1/0	0/0	36/8	28/20
024	0/0	18/4	0/0	0/0	49/4	39/9
025	1/0	77/7	9/0	1/0	321/17	213/28
026	2/0	56/8	1/0	0/0	189/16	112/85
027	0/0	14/4	0/0	0/0	20/2	8/7
028	0/0	0/0	0/0	0/0	1/1	1/1
029	0/0	26/4	1/0	0/0	132/20	93/73
030	0/0	17/1	0/0	0/0	155/33	127/7
031	0/0	1/0	0/0	0/0	26/5	7/3
032	0/0	10/2	0/0	0/0	32/5	11/7
033	0/0	20/1	3/0	1/0	52/15	32/20
034	0/0	10/0	0/0	2/0	46/10	28/8
035	0/0	2/1	0/0	0/0	34/6	14/11
036	0/0	39/6	0/0	0/0	225/46	235/115
037	0/0	4/0	0/0	1/0	47/3	37/2
038	0/0	5/2	0/0	0/0	6/0	2/1
039	0/0	7/2	0/0	0/0	12/5	11/31

040	0/0	2/0	0/0	0/0	4/8	4/13
041	0/0	5/0	0/0	0/0	24/1	23/4

*Os dados da tabela anterior demonstram que nem sempre a manifestação de determinadas características por parte dos blogueiros resulta em uma resposta similar da parte de seus leitores. A diferença envolvendo a manifestação de elementos de identidade coletiva foi percebido, principalmente, nas categorias de “grupos de aficionados” e “grupos de internautas”.*

A identificação com grupos territoriais, como seriam os de cunho nacional ou regional, também encontraram alguma frequência de respostas por parte dos interlocutores dos blogueiros.

Quase sempre que um internauta publica comentários nos textos dos blogs nos quais manifesta algum sentimento de pertencimento a um grupo ou coletivo ele faz isso depois que o blogueiro expressou o mesmo sentimento de pertencimento em algum de seus textos.

A exceção a essa regra pode ser observada na categoria de “grupos raciais/étnicos” registrada no blog “Campos de Fresas”. Enquanto que a autora do blog não manifestou em nenhum de seus textos o sentimento de pertencer ou de reconhecer-se como parte de um grupo racial ou étnico, em duas ocasiões os internautas que escreveram algum comentário no período analisado manifestaram este sentimento de pertencimento.

*As observações anteriores indicam que, ainda que a comunicação através dos blogs, em teoria, põe no mesmo nível comunicativo aos produtores de conteúdo e seus interlocutores (ou, em outros termos, os “emissores” e os “receptores” dos conteúdos), os autores dos blogs desempenham, ainda, uma posição privilegiada na comunicação.*

São os autores dos blogs aqueles que determinam os temas e até o tipo de manifestação de identidades predominante nas páginas pessoais. Com raríssimas exceções, os blogueiros são os que estabelecem não apenas os conteúdos, mas também a base das interações. Existe, assim, uma desigualdade evidente entre os interlocutores da comunicação – rompendo a imagem de “igualdade” que internet parece ter, diferente de outros meios de comunicação.

Difícilmente os interlocutores dos blogueiros apresentam manifestações de identidade que fujam do que o autor da página pessoal havia evidenciado

anteriormente em seus textos. Isso comprova que existe uma relação entre o que o autor expressa a respeito de sua personalidade e o que, como resposta, outros internautas acabam manifestando através de comentários para os conteúdos do blog.

Ainda assim, a correspondência nunca é exata ou mesmo proporcional. São raríssimas as ocasiões em que o número de manifestações de identidade coletiva por parte dos internautas corresponde com o número manifestado pelo blogueiro – ou mesmo as ocasiões em que estas manifestações ocorrem na mesma quantidade.

Muitas vezes a manifestação de determinados sentimentos de pertencimento por parte do blogueiro simplesmente não encontra eco em seus interlocutores – especialmente no que diz respeito às categorias “grupos políticos” e “grupos religiosos”, que já são pouco presentes nos discursos dos autores das páginas pessoais.

Esses dados ajudam na compreensão de que os discursos dos produtores de conteúdo influenciam diretamente nas manifestações de identidade de seus interlocutores mas, ainda assim, isto não ocorre em todas as situações e, especialmente, ocorre em um número menor quando tratamos de algumas manifestações de pertencimento específicas.

A blogosfera segue tornando evidente o protagonismo dos produtores de conteúdos sobre os receptores de suas publicações. Ainda que a plataforma facilite o intercâmbio de informações e opiniões, dificilmente existe uma inovação nas interações ao ponto de que certos blogs atraiam pessoas que não se identifiquem com os seus conteúdos ou ajudem a recriar as dimensões de identidade de seu autor.

#### **4.2. O nível de personalização dos conteúdos publicados nos blogs**

Os chamados blogs pessoais têm como uma de suas principais características a publicação de informações pessoais de seus autores através da seleção de um perfil ou por meio de suas publicações periódicas (posts). A manifestação de elementos de identidade do autor é o que diferencia estas publicações de outras existentes na blogosfera.

As pessoas que mantêm uma página pessoal na internet podem manifestar com mais ou menos frequência os seus sentimentos de pertencimento a determinados grupos e coletivos, assim como podem revelar diferentes quantidades de elementos de sua identidade pessoal.

Para começar a compreender como ocorre essa exposição do indivíduo, estudamos variáveis que identificam, através da análise do perfil divulgado no blog e dos textos que o seu autor foi publicando no período analisado, os elementos básicos que podem compor um perfil individual. Vale ressaltar estes elementos: o gênero, a idade e o rol social do autor da página pessoal.

*A análise permitiu encontrarmos um dado curioso: os 41 blogs estudados revelaram o gênero de sus autores, mas a idade e o rol social muitas vezes ficaram sem definição por parte dos autores para os frequentadores das páginas pessoais.*

Algumas vezes esta característica reflete a ideia que os blogueiros têm a respeito do potencial de suas próprias páginas na internet. Ainda que os blogs façam parte da rede mundial de computadores e estão, desta forma, acessíveis a qualquer pessoa que os encontre através de buscadores ou de links publicados em outras páginas web, muitos autores acreditam que apenas parentes, amigos ou conhecidos podem encontrar-lhes em meio à vasta diversidade de páginas na blogosfera.

Várias das páginas pessoais estudadas são, de maneira muito clara, voltadas exclusivamente para uso pessoal, sem que o autor perceba o potencial deste espaço como meio de comunicação. Em outras palavras, estes blogs foram criados e seguem sendo mantidos como diários pessoais e/ou páginas que servem como meio de contato apenas entre pessoas que se conheceram fora da internet.

Outros blogs tem um foco mais global, ou seja, os seus autores sabem que a página pessoal que eles mantêm tem o potencial de ser consultada por qualquer pessoa que acesse a internet, seja conhecido previamente do blogueiro ou, o que é muito mais comum, desconhecido.

*Ficou evidente, nesta fase do estudo de caso, que a preocupação de cada blogueiro em publicar um perfil mais ou menos completo tem uma relação direta com a sua visão sobre as potencialidades comunicativas de sua página pessoal na blogosfera. As páginas pessoais que recebem mais acessos e/ou as que apresentam um caráter relativamente “profissional” (ou seja, que seus autores as veem como um canal para divulgar seus trabalhos ou potencialidades) são as que, por regra geral, mantêm o perfil de seus autores o mais completo entre os blogs estudados.*

De qualquer forma, independentemente de como os autores dos blogs percebem as suas próprias páginas pessoais, é curioso perceber que existem blogs em que a única informação que se pode conhecer do responsável é se ele é um homem ou uma mulher.

Em 13 das 41 páginas pessoais escolhidas para esta investigação, não foi possível saber a idade ou o rol social do blogueiro. Esse número corresponde a quase um terço do total, o que torna este dado muito significativo. Por estas serem páginas pessoais, era de se esperar que estes elementos básicos de identificação estivessem presentes como “cartões de apresentação” para que a comunicação pudesse ser estabelecida conhecendo-se estes dados que, para muitos, são elementares.

Fora do ambiente da “realidade virtual” propiciada pela internet e por outras plataformas mediadas por computadores, dois interlocutores costumam estabelecer

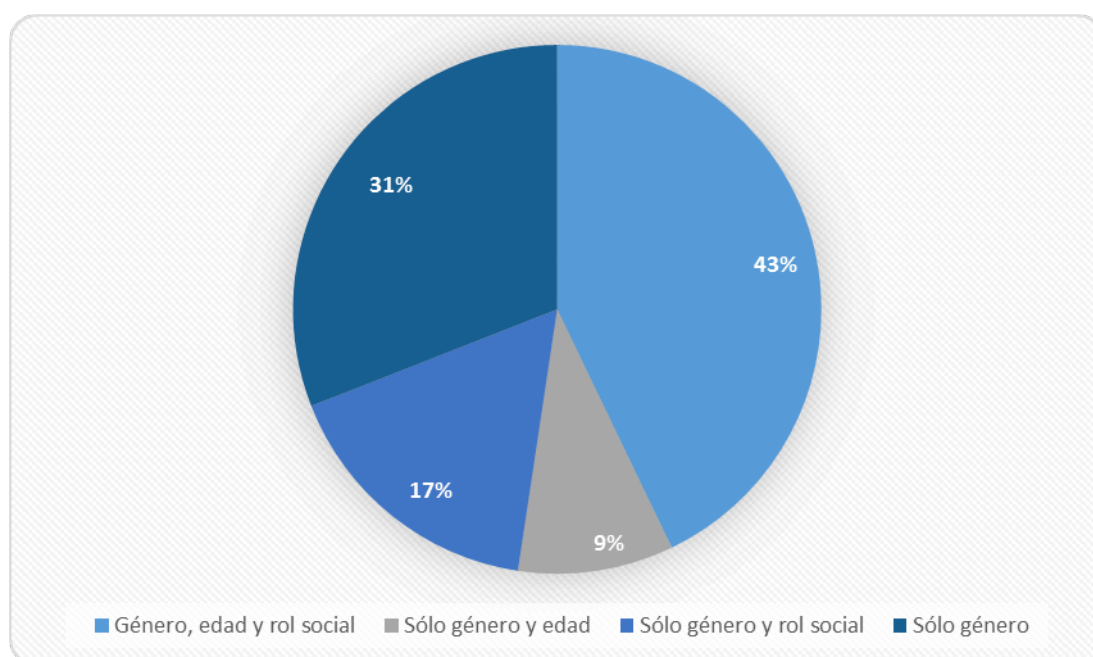


uma comunicação na qual os dois conhecem, pelo menos, o nome, o gênero, a idade (ainda que aproximada) e o rol social um do outro. Mas quando a comunicação é mediada por computadores, estes elementos podem simplesmente não jogar um papel chave na comunicação.

O curioso disto é que nos espaços em que se percebe como frequente a exposição de opiniões e, conseqüentemente, de elementos de identidade, como são os espaços das páginas pessoais, em muitos casos outros elementos de identificação distintos dos considerados fundamentais, como o nome, o gênero, a idade e o rol social, jogam um papel muito mais relevante para a comunicação.

O resultado é que muitas vezes o autor do blog e aquelas pessoas com as quais ele interage discutem temas importantes para suas vidas, expõe os seus gostos pessoais, ideologias e opiniões sobre assuntos variados mas, ainda assim, não conhecem informações básicas sobre os seus interlocutores.

**Figura 4.8. Dados do autor divulgados no blog**



Como se pode concluir observando o gráfico anterior, quatro de cada 10 blogs pessoais estudados apresentam as três informações básicas para a identificação do autor da página web: trazem na seção do perfil ou nos textos publicados dados como o gênero, a idade e o rol social do blogueiro. Como contraponto a este dado, três de cada 10 blogs analisados informam apenas o gênero de seu autor, sem revelar nem a sua idade, nem o seu rol social.

A idade do blogueiro aparece em 53,65% das páginas pessoais estudadas, enquanto que a informação sobre o rol social está presente em quase 61% dos blogs. Este dado demonstra que para muitos autores de páginas pessoais é mais importante

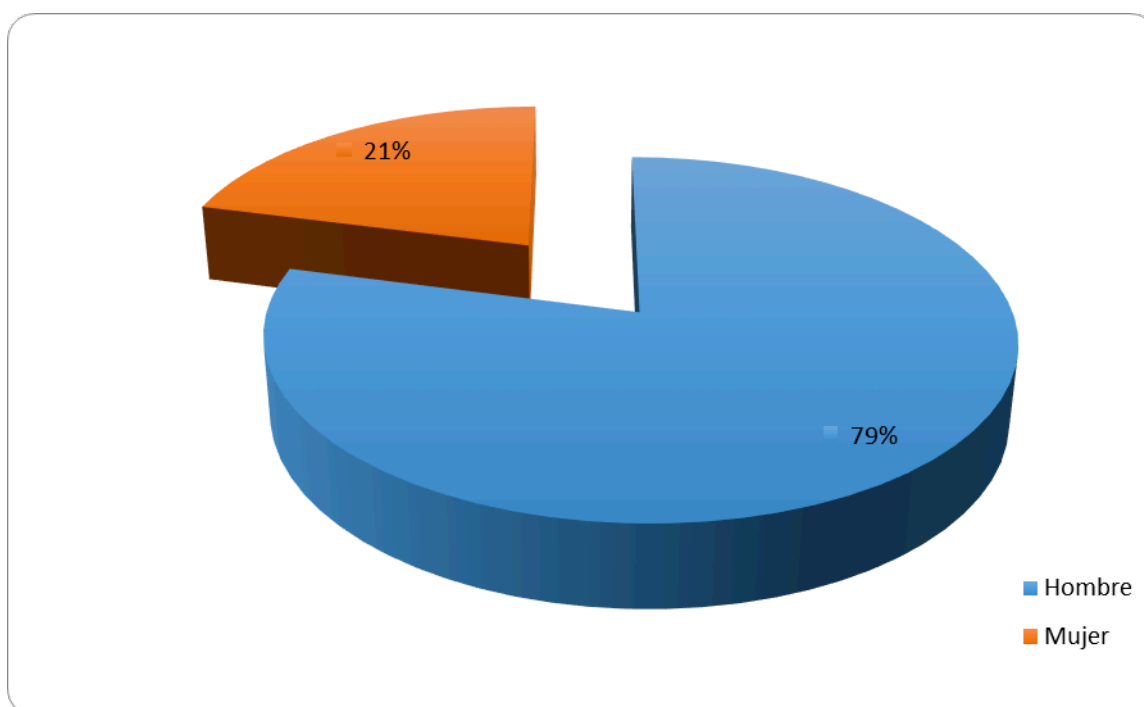
a divulgação de suas profissões e/ou atividades profissionais do que a idade que eles têm.

Ainda que os blogs, em teoria, tem um caráter essencialmente de explicação de gostos e hobbies pessoais, para muitos blogueiros a página pessoal pode ser um canal importante para a divulgação de seus trabalhos e para o estabelecimento de relações profissionais. Algumas das páginas pessoais estudadas deixam isso mais claro do que outros blogs.

#### 4.2.1. O gênero dos blogueiros

Predomina, na blogosfera, uma produção de conteúdos feita por homens. No gráfico a seguir é possível perceber com clareza essa maioria masculina na elaboração das páginas pessoais analisadas por este estudo:

**Figura 4.9. Gênero do blogueiro**



Os dados relacionados com a diferença entre gêneros identificado neste trabalho confirma as informações publicadas pela Fundação Orange no informe anual eEspaña 2008. Segundo dito documento, “o gênero pode converter-se em um fator mais de inclusão – ou exclusão – social. E em nosso país (Espanha), ainda que o número de usuárias aumenta tanto ou mais que o de usuários, e uns e outras utilizam de forma similar esta ferramenta de comunicação (correio eletrônico, chats, etc.), as mulheres –

que constituem a metade da população – utilizam Internet com menos frequência e intensidade que os homens”.

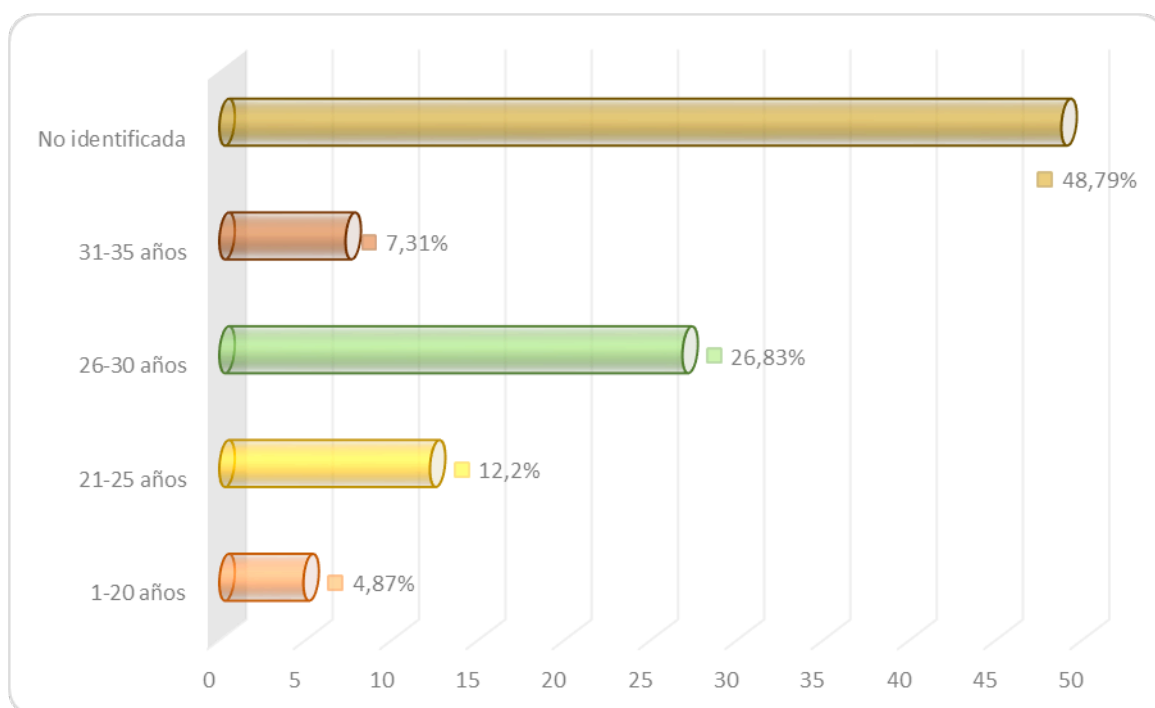
O informe eEspaña 2008 traz a informação de que, em 2007, 49% dos homens espanhóis entre 16 anos e 74 anos acessaram a Internet pelo menos uma vez por semana. A percentagem de mulheres, nas mesmas condições, era de 40%. A diferença se torna ainda maior, quando analisamos o nosso estudo de caso, quando observamos a produção de conteúdos na internet: quase 8 de cada 10 produtores de páginas pessoais são homens, o que demonstra uma brecha digital muito maior que aquela revelada pelo informe da Fundação Orange.

*Os discursos predominantes na Internet, especialmente naquilo que está relacionada a publicação de páginas pessoais, são masculinos. Os homens dominam o cenário, não apenas no caso do acesso aos conteúdos, mas especialmente na produção destes mesmos conteúdos.*

#### 4.2.2. A idade dos blogueiros

Existe também o predomínio de autores jovens entre os produtores de conteúdo nos blogs. Descontando o fato de que em quase a metade dos blogs não é possível identificar a idade do autor ou dos autores responsáveis pelos conteúdos, nos demais casos se pode observar o predomínio de blogueiros com idade inferior aos 31 anos, como fica mais claro ao analisar o seguinte gráfico:

**Figura 4.10. Divisão etária dos blogueiros**



*Como foi comentado anteriormente, em quase metade das páginas pessoais analisadas não é possível identificar a idade dos blogueiros. Mas as páginas pessoais que dão a conhecer esta informação revelam o predomínio de autores jovens, todos com menos de 35 anos de idade.*

O informe eEspaña 2008 publicado pela Fundação Orange revela que o maior número de usuários de Internet também corresponde a essa relação de idades: 79% dos homens e 80,2% das mulheres que tem idade entre 16 anos e 34 anos dizem ter utilizado a internet alguma vez. A faixa etária que vai dos 35 anos aos 44 anos é a segunda que apresenta o maior número de usuários de internet: 61,9% dos homens e 57,6% as mulheres segundo eEspaña 2008 acessaram a rede mundial de computadores alguma vez até o momento que a pesquisa foi feita.

No que diz respeito a publicação de blogs, predominam os usuários que tem entre 26 anos e 30 anos de idade. Eles correspondem a 26,83% da autoria das páginas pessoais estudadas nesta investigação. A faixa etária menos presente na pesquisa é a de jovens até 20 anos de idade.

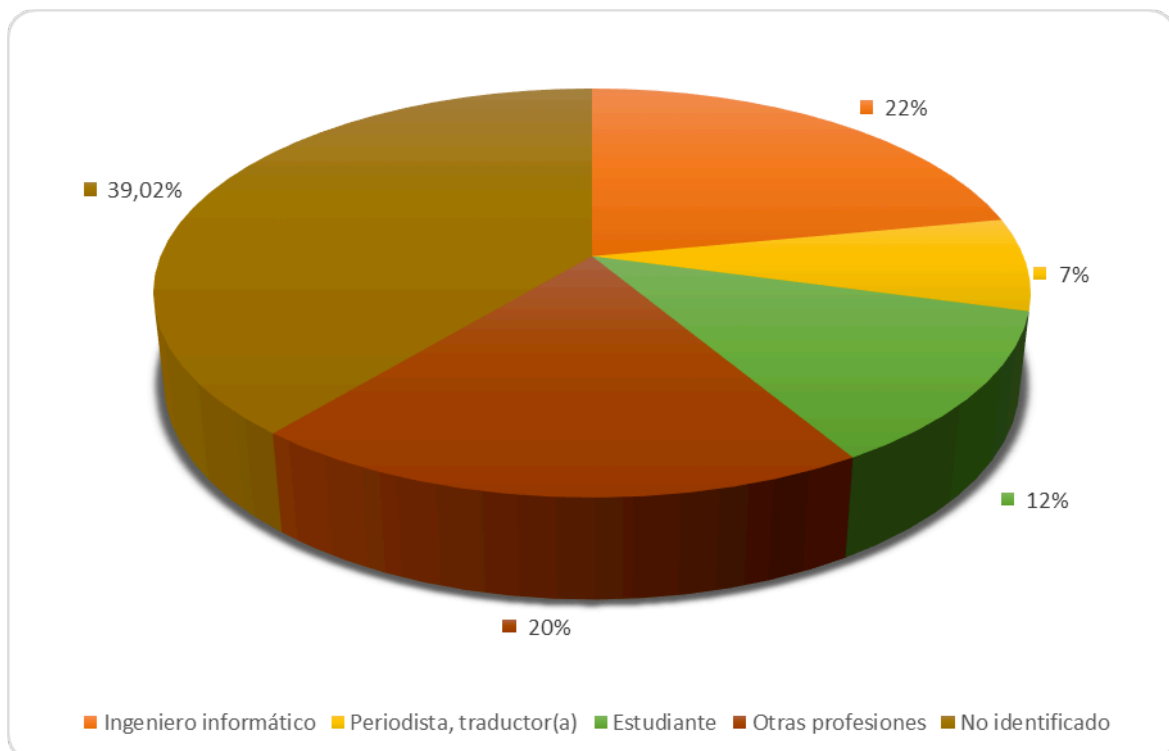
Esta característica confirma novos estudos, como o Wave.3, publicado em março de 2008 pela Universal McCann, que revela um crescimento proporcional maior da participação dos internautas em redes sociais que para a publicação de blogs.

Serviços disponíveis na internet como Myspace e Facebook dominavam, até a publicação de Wave.3, o cenário das redes sociais na internet. Depois, é preciso destacar a importância do Twitter, que se converteu em um novo fenômeno da comunicação pública ao tornar mais rápidas as publicações de mensagens curtas e que podiam ser acessadas em complementos agregados aos programas para navegação na internet, assim como nos aplicativos disponíveis nos dispositivos móveis. Nos últimos anos, além do Twitter, houve um crescimento considerável de usuários do Facebook e de outras redes sociais.

#### 4.2.3. A ocupação dos blogueiros

Se descontamos a quantidade de 40% dos blogs em que não foi possível identificar o rol social do autor ou dos autores dos conteúdos das páginas pessoais, é possível perceber que a maioria dos blogs estudados foram escritos por três tipos de profissionais, segundo o que se pode observar pelo gráfico a seguir:

**Figura 4.11. Rol social do blogueiro**



*A profissão de engenheiro informático é a que mais se destaca entre as demais como o principal rol social dos autores dos blogs estudados. Quase 22% dos autores das páginas pessoais trabalham com computadores, sistemas, ou seja, o universo da informática. Um 12,2% dos blogueiros são estudantes universitários.*

Importante observar, contudo, que o dado a respeito do rol social não aparece em quase quatro de cada 10 páginas pessoais estudadas, o que demonstra que essa proporção relevante de autores não considera que esta seja uma informação importante para seu público potencial conhecer.

#### 4.2.4. O nível de personalização dos blogs

Analisando o nível de personalização de cada post publicado nos blogs, é possível compreender até que ponto, realmente, o autor se expõe em uma página pessoal. O que se pode observar é que muitas vezes os textos dos blogs não apresentam a manifestação de elementos de identidade pessoal ou o sentimento de pertencimento a grupos e coletivos que se esperaria de uma página considerada pessoal.

Resumimos os resultados da análise de conteúdo de três variáveis relacionadas ao que foi comentado anteriormente em uma tabela que apresenta o blog solar de Kirai.net e os 40 blogs satélites que compõe este estudo de caso. Posteriormente, estes dados serão apresentados também em gráficos. No primeiro dos gráficos desta sequência apresentamos o resultado referente a quantidade de elementos de identidade que foram identificados em cada texto dos blogs, o nível de personalização dos textos e o tipo de resposta dos internautas para estas manifestações de identidade:

**Figura 4.12. Nível de personalização dos textos e interação com os internautas**

Blog nº	Nível de personalização do texto (% del total)	Quantidade de elementos pessoais em cada texto (média)	Tipo de respostas em relação aos internautas (% do total)
001	Alto (4,9%), Mediano (33,3%), Baixo (39,5%), Nada pessoal (22,3%)	3	Neutralidade (16,2%), Concordância (13,6%), Discordância (9,1%), Não procede (61,1%)
002	Alto (51,12%), Mediano (37,77%), Baixo (11,11%)	5	Neutralidade (10%), Concordância (24%), Discordância (16%), Não procede (50%)
003	Alto (14,2%), Mediano (34,5%), Baixo (32,8%),	3	Neutralidade (7,6%), Concordância (38,5%), Não procede (53,9%)

	Nada pessoal (18,5%)		
004	Alto (11,6%), Mediano (56,7%), Baixo (26,7%), Nada pessoal (5%)	4	Neutralidade (12,7%), Concordância (77,9%), Discordância (6,9%), Não procede (2,5%)
005	Alto (75%), Mediano (25%)	4	Neutralidade (13,1%), Concordância (42,2%), Discordância (36,8%), Não procede (7,9%)
006	Alto (18%), Mediano (37,5%), Baixo (30,5%), Nada pessoal (14%)	4	Neutralidade (29,6%), Concordância (45%), Discordância (14,4%), Não procede (11%)
007	Alto (13%), Mediano (51,7%), Baixo (26,7%), Nada pessoal (8,6%)	5	Neutralidade (15,6%), Concordância (55,2%), Discordância (11,5%), Não procede (17,7%)
008	Alto (11,5%), Mediano (39,7%), Baixo (37,4%), Nada pessoal (11,4%)	4	Neutralidade (17%), Concordância (10,2%), Discordância (15,2%), Não procede (57,6%)
009	Alto (10%), Mediano (20%), Baixo (60%), Nada pessoal (10%)	4	Não procede (100%)
010	Alto (66,7%), Mediano (25%), Baixo (8,3%)	6	Neutralidade (9%), Concordância (9%), Discordância (18,2%), Não procede (63,8%)
011	Alto (30%), Mediano (46%), Baixo (24%)	5	Concordância (60%), Não procede (40%)
012	Alto (7,2%), Mediano (50%), Baixo (42,8%)	6	Neutralidade (32%), Concordância (37,5%), Discordância (29%), Não procede (1,5%)
013	Alto (35%), Mediano (50%), Baixo (10%), Nada pessoal (5%)	5	Discordância (33,3%), Não procede (66,7%)
014	Alto (34,5%), Mediano (44,2%), Baixo (21,3%)	5	Neutralidade (30,5%), Concordância (43%), Discordância (25%), Não procede (1,5%)
015	Alto (1%), Mediano (11,1%), Baixo (38,9%), Nada pessoal (49%)	4	Neutralidade (24%), Concordância (46%), Discordância (11%), Não procede (19%)
016	Alto (20%), Mediano (48%), Baixo (32%)	5	Neutralidade (19%), Concordância (39,7%), Discordância (3,3%), Não procede (38%)
017	Alto (50%), Mediano (50%)	5	Não procede (100%)
018	Alto (32,1%), Mediano (48,5%), Baixo (18,4%), Nada pessoal (1%)	6	Neutralidade (31,6%), Concordância (53,7%), Discordância (14,7%)
019	Alto (19,8%), Mediano	5	Neutralidade (29,5%), Concordância

	(36%), Baixo (35,2%), Nada pessoal (9%)		(43,2%), Discordância (10,7%), Não procede (16,6%)
020	Alto (11%), Mediano (48,2%), Baixo (33,4%), Nada pessoal (7,4%)	5	Neutralidade (11,2%), Concordância (11,2%), Não procede (77,6%)
021	Mediano (66,7%), Baixo (33,3%)	6	Neutralidade (16,6%), Não procede (83,4%)
022	Alto (7,7%), Mediano (43,3%), Baixo (39,4%), Nada pessoal (9,6%)	5	Neutralidade (23%), Concordância (17,2%), Discordância (14,8%), Não procede (45%)
023	Alto (12%), Mediano (38%), Baixo (38%), Nada pessoal (12%)	5	Neutralidade (38,2%), Concordância (38,2%), Discordância (5,4%), Não procede (18,2%)
024	Alto (20,6%), Mediano (22,4%), Baixo (45%), Nada pessoal (12%)	5	Neutralidade (25,7%), Concordância (14,3%), Discordância (8,6%), Não procede (51,4%)
025	Alto (13,6%), Mediano (23%), Baixo (40,6%), Nada pessoal (22,8%)	5	Neutralidade (8,5%), Concordância (3,4%), Discordância (1,7%), Não procede (86,4%)
026	Alto (18,4%), Mediano (40%), Baixo (36,3%), Nada pessoal (5,3%)	6	Neutralidade (36,6%), Concordância (37,7%), Discordância (18,7%), Não procede (7%)
027	Mediano (71,4%), Baixo (28,6%)	6	Neutralidade (26%), Concordância (29,6%), Discordância (11,1%), Não procede (33,3%)
028	Mediano (50%), Baixo (50%)	4	Não procede (100%)
029	Alto (8,4%), Mediano (44,7%), Baixo (42,4%), Nada pessoal (4,5%)	5	Neutralidade (22,2%), Concordância (34,5%), Discordância (12,8%), Não procede (30,5%)
030	Alto (5,7%), Mediano (30,6%), Baixo (51%), Nada pessoal (12,7%)	5	Neutralidade (18,3%), Concordância (10,7%), Discordância (6%), Não procede (65%)
031	Alto (50%), Mediano (34,6%), Baixo (15,4%)	6	Neutralidade (35,9%), Concordância (30,7%), Discordância (10,3%), Não procede (23,1%)
032	Alto (15,2%), Mediano (57,6%), Baixo (24,2%), Nada pessoal (3%)	6	Neutralidade (16,2%), Concordância (10,8%), Discordância (10,8%), Não procede (62,2%)
033	Alto (36,4%), Mediano (58,2%), Baixo (5,45%)	6	Neutralidade (34,2%), Concordância (33,4%), Discordância (20,7%), Não procede (11,7%)
034	Alto (32%), Mediano (40,4%), Baixo (19,1%),	5	Neutralidade (29,5%), Concordância (45%), Discordância (5,9%), Não



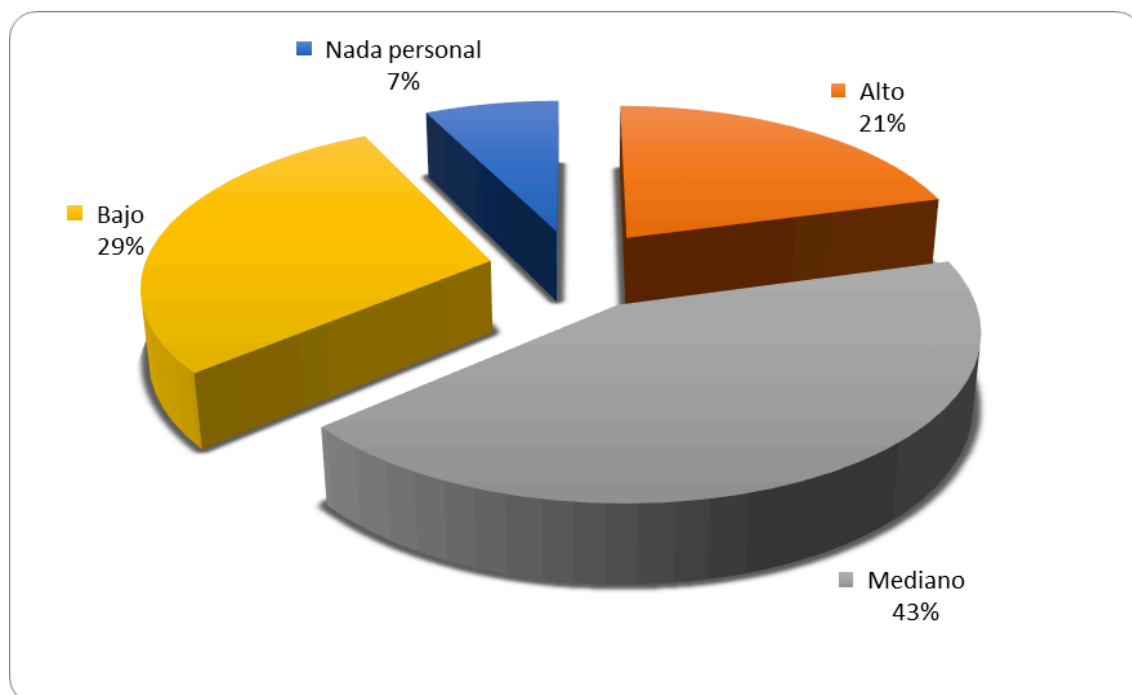
	Nada pessoal (8,5%)		procede (19,6%)
035	Alto (14,3%), Mediano (68,6%), Baixo (17,1%)	5	Neutralidade (8,1%), Concordância (13,5%), Não procede (78,4%)
036	Alto (7,8%), Mediano (43,1%), Baixo (42,1%), Nada pessoal (7%)	5	Neutralidade (40,3%), Concordância (47,2%), Discordância (9,4%), Não procede (3,1%)
037	Alto (5,5%), Mediano (45,5%), Baixo (40%), Nada pessoal (9%)	5	Neutralidade (25%), Concordância (37,5%), Não procede (37,5%)
038	Alto (42,9%), Mediano (57,1%)	6	Neutralidade (40%), Concordância (40%), Não procede (20%)
039	Alto (13,3%), Mediano (48,3%), Baixo (33,4%), Nada pessoal (5%)	5	Neutralidade (1,8%), Concordância (5,6%), Discordância (3,7%), Não procede (88,9%)
040	Alto (16,7%), Mediano (62,5%), Baixo (16,7%), Nada pessoal (4,1%)	6	Neutralidade (52,4%), Concordância (33,3%), Discordância (9,5%), Não procede (4,8%)
041	Alto (10,9%), Mediano (21,7%), Baio (42,8%), Nada pessoal (24,6%)	5	Neutralidade (33,4%), Concordância (33,3%), Não procede (33,3%)

*Nos 41 blogs analisados para este estudo de caso, foi possível constatar a presença de pelo menos cinco elementos que identificam alguma característica da identidade pessoal do blogueiro. O número é significativo, ainda que não sempre a presença destes elementos significa que os textos tenham um nível de personalização alto ou ao menos mediano.*

Alguns dos elementos pessoais publicados pelo autor do blog podem revelar dados como a cidade na qual ele vive ou alguma rotina de trabalho, por exemplo, mas não necessariamente estes elementos trazem informações sobre pontos chave da identidade em relação aos demais ou em relação a própria biografia do autor do blog.

O nível de personalização dos textos leva em conta a intensidade com que o autor expõe informações pessoais e, especialmente, revela as suas opiniões, gostos e características individuais que lhe diferenciam ou aproximam dos demais (interlocutores ou não do blogueiro). No gráfico a seguir é possível perceber de que forma os diferentes níveis de personalização foram identificados nos textos dos blogs:

**Figura 4.13. Nível de personalização dos textos**



*Um 64% dos textos publicados apresentam uma exposição alta ou pelo menos mediana das opiniões e características de seus autores.*

Esse dado revela que os blogs pessoais têm como uma de suas características fundamentais a exposição das identidades dos blogueiros, ainda que esta exposição muitas vezes é menor do que se poderia esperar de um “diário pessoal” como muitas vezes este tipo de publicação na web é qualificada.

Um número significativo dos textos, mais precisamente 29% deles, apresentam um nível de personalização considerado baixo. Outro 7% dos posts está constituído por textos nada pessoais – normalmente citações de outros autores ou a publicação sem comentários dos blogueiros de vídeos ou imagens encontradas pelos autores na internet.

*É significativo que 36% dos conteúdos sejam pouco ou nada pessoais, especialmente porque se trata de um conjunto de blogs que deveriam apresentar, em teoria, textos com uma carga de subjetividade maior que outros tipos de blogs e outros tipos de publicações disponíveis na internet.*

Os blogs pessoais têm espaço também para a publicação de textos que não manifestam elementos de identidade pessoal de seus autores. As publicações pouco ou nada pessoais normalmente refletem conteúdos de outros autores, trazem informações específicas de novidades tecnológicas ou reproduzem vídeos, fotos e outras informações que tiveram origem em terceiros.

É como se os blogs fossem utilizados como as agendas tradicionais, aonde se arquivam documentos, cartões e anotações que servem para o seu proprietário se lembrar de compromissos, lugares, datas importantes, publicações que lhe chamaram a atenção, entre outros. Recordações para a posteridade.

Uma das hipóteses deste estudo é que uma exposição maior dos blogueiros através de textos mais pessoais poderiam influenciar na comunicação que seria estabelecida com os internautas que interagem nestes espaços na internet. Isso aconteceria na medida em que o blogueiro, ao expor mais algumas de suas características pessoais, além de gostos ou costumes, poderia atrair pessoas que se identificassem e/ou tivessem essas mesmas características, estimulando a criação de grupos que tivessem afinidades na internet.

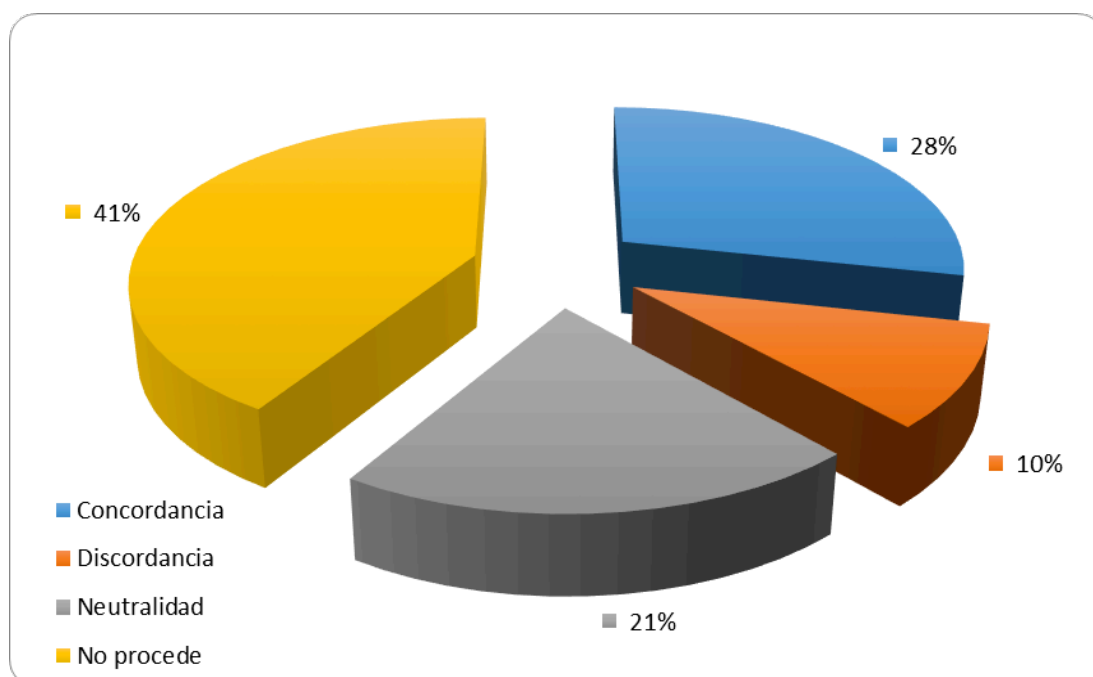
#### 4.2.5. Os acordos e desacordos dos autores com os comentários dos internautas

Os autores dos blogs reagem aos comentários dos internautas que leem os seus posts. Estas reações foram classificadas em quatro categorias, que são as seguintes:

- 1) Concordância;
- 2) Discordância;
- 3) Neutralidade;
- 4) Sem resposta/não procede.

Apresentamos a distribuição destas quatro categorias na figura a seguir (4.14):

**Figura 4.14. Reação do blogueiro aos comentários dos internautas**



*Aproximadamente seis de cada dez comentários publicados por internautas nos posts dos 41 blogs analisados receberam alguma contestação por parte dos autores das páginas pessoais. É revelador também que 20,5% destas respostas foram neutras: não expressaram acordo ou desacordo em relação ao que os internautas comentaram sobre os textos do blog.*

Descontadas as respostas que classificamos como “neutras”, a maior porcentagem de respostas dos blogueiros em relação ao que os internautas expressaram reflete uma concordância dos autores dos blogs com as observações de seus interlocutores. Em um em cada dez casos, os blogueiros respondem aos internautas revelando expressões de desacordo.

Estes dados revelam que quase a metade das interações entre blogueiro e internautas resultam em respostas de acordo ou em contestações neutras por parte dos autores dos blogs. A respeito da interação entre autores de blogs e seus leitores, é possível concluir o seguinte:

- 1) Nem sempre existe uma preocupação ou necessidade por parte dos autores das páginas web de manter o hábito de responder a todos os internautas que participam de seus blogs. Na verdade, quatro em cada 10 comentários de internautas ficam sem respostas por parte dos autores das páginas pessoais;
- 2) Quando respondem aos internautas, os blogueiros tem a tendência de primeiro concordar com os comentários publicados e, como segunda opção

mais frequente, contestar de maneira neutra ao que foi exposto pelos interlocutores do blog. Em poucas ocasiões as respostas dos blogueiros demonstram desacordos com os internautas que participam de suas páginas web através de comentários para os seus posts;

- 3) A maior frequência de respostas afirmativas ou neutras por parte dos blogueiros revela que a comunicação com os internautas tende a ter uma confluência de interesses, gostos e opiniões. Isso sugere que a personalização dos conteúdos resulta em que pessoas que tem uma mesma percepção de mundo e/ou uma maior identificação entre si são atraídas pelas páginas pessoais. O oposto também é válido: os internautas que não sentem uma grande identificação com os autores dos blogs raramente fazem o intercâmbio de opiniões ou de comentários nos blogs pessoais.

Este último ponto nos leva a refletir sobre a possibilidade dos blogs aproximarem pessoas que tem visões de mundo diferentes ou identidades pessoais que sejam marcadamente opostas. Em teoria o ambiente proporcionado pela internet poderia aproximar pessoas com características opostas e facilitar a compreensão de suas visões de mundo distintas, mas os dados desta investigação sobre a interação nos blogs demonstram que as pessoas se aproximam por seus gostos pessoais e hobbies, dando pouco espaço para os intercâmbios de ideias entre pessoas que não tem essa coincidência de interesses.

*Os blogs pessoais potencializam e reproduzem as afinidades de pessoas que tem características em comum na vida real fora da Rede, sem promover a democratização de informações ou a mudança social como defendem algumas pessoas que ressaltam as potencialidades positivas da web.*

#### 4.2.6. Interação entre blogueiro e internautas

Para aprofundar o estudo da importância das manifestações de identidade por parte dos blogueiros, promovemos o cruzamento das variáveis que identificam o nível de personalização dos textos publicados nos blogs e a possibilidade de acordo ou desacordo do autor a respeito dos comentários feitos pelos outros internautas.

A hipótese com que se empreende esta análise é a seguinte: nos blogs mais pessoais é mais provável que os autores destas páginas manifestem o seu acordo ou desacordo com os comentários dos internautas feitos em seus posts.

Segundo esta hipótese, os textos com um nível de personalização alto ou mediano teriam mais respostas ou contestações neutras aos comentários dos internautas. Essa hipótese teria relação com o fato de que pessoas que publicam textos com um nível de personalização alto também teriam o costume de responder

com maior frequência ou de uma maneira mais incisiva aos comentários de seus interlocutores. Quanto maior a personalização de conteúdos, maior a exposição do indivíduo e, por consequência, a sua vontade de defender a sua identidade.

*Nos 10 blogs que apresentam um nível de personalização maior – dado obtido mediante a soma dos índices alto e mediano encontrados nestas páginas pessoais – não existe uma relação entre conteúdos com uma maior carga pessoal e uma frequência maior de respostas de concordância ou discordância do blogueiro a respeito dos comentários dos internautas em sua página pessoal.*

Em quatro dos blogs, por exemplo, a maior parte dos comentários dos internautas não foi respondida. Outros quatro blogs apresentaram um número de respostas de concordância e/ou discordância por parte do autor da página pessoal superior ao 50%; os dois blogs restantes apresentam números equilibrados entre as distintas categorias de análise. Estes dados revelam que não existe uma relação direta entre texto mais pessoais com uma maior quantidade de exposição de seus autores e uma frequência maior de suas respostas para os comentários dos internautas.

A interação com os leitores dos blogs, que em teoria é uma das características que diferenciam esta ferramenta comunicativa, muitas vezes é ignorada pelos produtores de conteúdo ou esta interação não corresponde na mesma intensidade com a frequência com a qual os autores das páginas pessoais atualizam estes espaços.

A primeira conclusão destes dados é que este meio de comunicação ainda não foi explorado em todas as suas possibilidades por parte do grande público de usuários. Muitos blogueiros do estudo de caso demonstram que a simples publicação de seus textos é vista como a principal função/utilidade de um blog e não a interação, como muitos poderiam pensar ou teorizar. Desta forma, estas páginas parecem mais com um diário ao que o autor da página poderia acessar de qualquer parte do que um recurso disponível para a socialização.

A comunicação continua sendo, como ocorre nos meios de comunicação de massa, muitas vezes de forma unidirecional. O produto de conteúdos mantém a “preocupação” de manter a sua página web atualizada, mas não mantém a mesma conduta a respeito dos comentários dos internautas.

Seja por falta de tempo para responder a todos os comentários dos internautas ou por considerar que as contestações destes comentários não são tão relevantes, os produtores de conteúdo em poucas ocasiões mantêm uma interação em que manifestam as suas opiniões a respeito do que os seus interlocutores expressaram espaço de comentários no blog.

Com esta constatação, se percebe que as possibilidades de interação e de intercâmbio de conhecimento ou, inclusive, novas formas de reafirmação de identidades através dos blogs ainda não foram exploradas pela maioria dos produtores

de conteúdos. As práticas comunicativas tradicionais, dirigidas por um produtor de conteúdo e recebidas pelo “grande público” predominam no universo das páginas pessoais criadas e difundidas na web.

#### 4.2.7. O sentimento de pertencimento a grupos ou coletivos

Para compreender melhor a relação entre a publicação de elementos de identidade pessoal e aqueles elementos que revelam o sentimento de pertencimento dos blogueiros em relação a grupos e coletivos e a importância que estes elementos podem ter para a comunicação nas páginas pessoais, fizemos o cruzamento de três variáveis. São as seguintes: o número de comentários dos internautas publicado em cada novo texto dos blogs estudados com as variáveis que identificam os elementos de identidade pessoal e os elementos de identidade coletiva do autor da página web.

Como em todos os demais cruzamentos de variáveis, os dados completos podem ser encontrados nos arquivos gravados no CD que acompanha esta tese. Mas a título ilustrativo, resumimos as informações em tabelas e gráficos nos quais aparecem os dados compilados segundo cada blog estudado e segundo as variáveis utilizadas para compreender cada ponto dos objetivos propostos.

Na tabela seguinte, é possível identificar a relação entre a quantidade dos elementos de identidade pessoal e os de identidade coletiva em relação com os distintos níveis que identificam uma menor ou maior participação de internautas por meio de comentários nos posts:

**Figura 4.15. Relação entre personalização dos textos e a participação dos internautas**

Blog nº	Quantidade de comentários de internautas	Quantidade média de elementos de identidade pessoal exposta pelo blogueiro	Quantidade média de elementos de identidade coletiva exposta pelo blogueiro
001	1-10 (0,5%), 11-20 (4,4%), 21-30 (15,5%), 31-50 (38,5%), 51-100 (35,8%), + 100 (5,3%)	3	1
002	1-10 (68,9%), 11-20 (2,2%), Sem comentários (28,9%)	5	2
003	1-10 (22,8%), Sem comentários (77,2%)	3	1
004	1-10 (83,3%), 11-20 (8,4%), Sem comentários (8,3%)	4	1
005	1-10 (82,2%), 11-20 (7,1%), Sem comentários (10,7%)	4	2
006	1-10 (76,4%), 11-20 (4,2%),	4	2

	Sem comentários (19,4%)		
007	1-10 (82,8%), 11-20 (16,4%), Sem comentários (0,8%)	5	2
008	1-10 (39%), Sem comentários (61%)	4	2
009	1-10 (60%), Sem comentários (40%)	4	1
010	1-10 (75%), 11-20 (8,3%), Sem comentários (16,7%)	6	2
011	1-10 (13,5%), Sem comentários (86,5%)	5	1
012	1-10 (3,6%), 11-20 (50%), 21- 30 (46,4%)	6	2
013	1-10 (30%), Sem comentários (70%)	5	2
014	1-10 (61%), 11-20 (33%), 21- 30 (3%), 51-100 (0,7%), Sem comentários (2,3%)	5	2
015	1-10 (46,8%), 11-20 (2,5%), 31-50 (0,4%), Sem comentários (50,3%)	4	2
016	1-10 (76%), 11-20 (22%), Sem comentários (2%)	5	1
017	1-10 (50%), Sem comentários (50%)	5	1
018	1-10 (76,3%), 11-20 (15,8%), Sem comentários (7,9%)	6	2
019	1-10 (75%), 11-20 (0,6%), Sem comentários (24,4%)	5	2
020	1-10 (33,3%), Sem comentários (66,7%)	5	2
021	1-10 (100%)	6	2
022	1-10 (70,2%), 11-20 (16,4%), 21-30 (1,9%), 31-50 (0,9%), + 100 (0,9%), Sem comentários (9,7%)	5	2
023	1-10 (90,5%), Sem comentários (9,5%)	5	2
024	1-10 (51,7%), Sem comentários (48,3%)	5	2
025	1-10 (16,8%), Sem comentários (83,2%)	5	2



026	1-10 (29%), 11-20 (43%), 21-30 (18,4%), 31-50 (9,6%)	6	2
027	1-10 (85,7%), 11-20 (9,5%), Sem comentários (4,8%)	6	2
028	1-10 (75%), Sem comentários (25%)	4	1
029	1-10 (89,4%), 11-20 (3%), Sem comentários (7,6%)	5	2
030	1-10 (34,4%), 11-20 (1,3%), + 100 (0,6%), Sem comentários (63,7%)	5	2
031	1-10 (77%), 11-20 (7,7%), 21-30 (3,8%), Sem comentários (11,5%)	6	1
032	1-10 (87,9%), Sem comentários (12,1%)	6	2
033	1-10 (58,2%), 11-20 (32,7%), 21-30 (7,3%), Sem comentários (1,8%)	6	2
034	1-10 (68%), 11-20 (4,3%), 31-50 (2,1%), Sem comentários (25,6%)	5	2
035	1-10 (71,4%), 11-20 (25,7%), 21-30 (2,9%)	5	1
036	1-10 (73,9%), 11-20 (5,8%), Sem comentários (20,3%)	5	2
037	1-10 (16,4%), Sem comentários (83,6%)	5	2
038	1-10 (42,9%), Sem comentários (57,1%)	6	2
039	1-10 (86,7%), 11-20 (1,7%), Sem comentários (11,6%)	5	2
040	1-10 (70,8%), 11-20 (16,7%), Sem comentários (12,5%)	6	2
041	1-10 (1,8%), Sem comentários (98,2%)	5	2

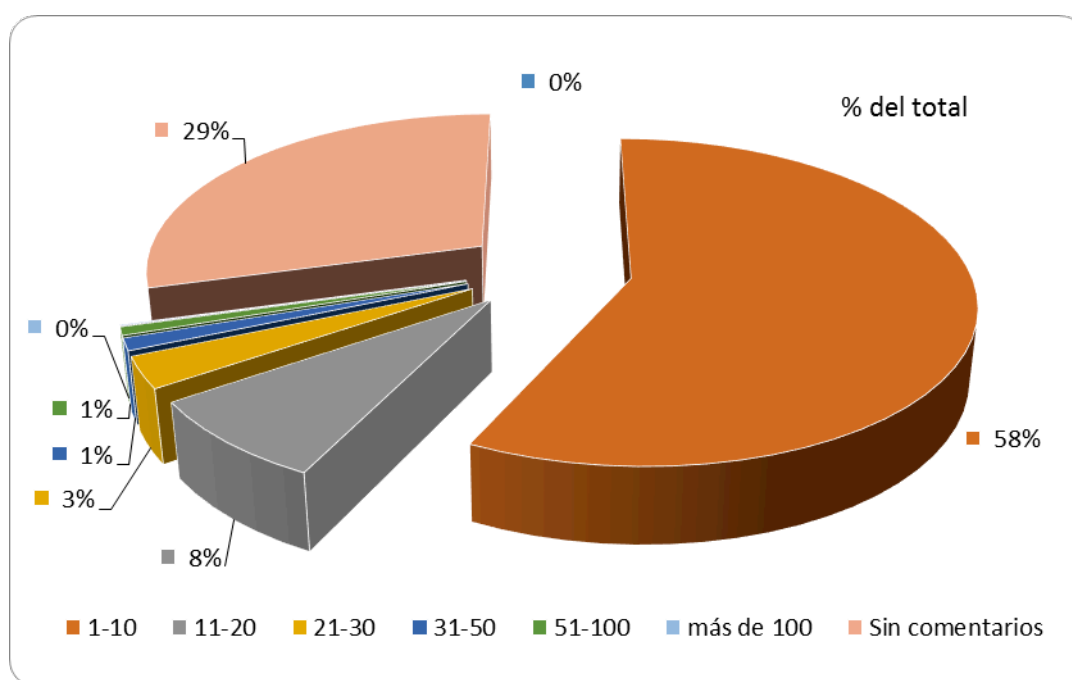
Nove dos 41 blogs estudados apresentam uma média de oito elementos de identidade pessoal e coletiva em cada novo texto publicado pelo blogueiro. Nestas páginas web em que aparecem mais elementos que identificam ao autor dos conteúdos com grupos e/ou coletivos e que expõe as suas características pessoais, a quantidade sempre oscila de 1 a 10 comentários.

As exceções ocorrem com os blogs “Escucha japonês”, “Ikusuki” e “la cueva del metal & the freak cave”. No caso do primeiro blog, o maior número de comentários dos internautas oscila de 11 a 30, enquanto que no caso do segundo e do terceiro blog citados, a maioria dos comentários dos internautas se situa entre 11 e 20.

Deixando de lado estas exceções, os resultados do cruze das variáveis anteriores demonstra que não existe uma relação direta entre textos que apresentam uma maior quantidade de elementos de identidade pessoal ou sentimentos de identidade coletiva e uma maior participação dos internautas que interagem nas páginas pessoais. A quantidade de comentários e a interação entre blogueiros e internautas não depende, assim, de uma exposição mais acentuada de características pessoais por parte do produtor de conteúdos.

No gráfico a seguir é possível visualizar qual é a frequência mais comum de manifestações dos internautas em relação aos textos dos blogs estudados:

**Figura 4.16. Comentários dos internautas**



O gráfico anterior, que resume os dados relacionados ao número de comentários dos internautas revela que seis de cada 10 textos publicados nas páginas web pessoais tendem a gerar respostas de 1 a 10 internautas por meio de comentários nos respectivos posts publicados nestes locais.

Quase três de cada 10 publicações não recebem comentários dos internautas. Juntando estes dados às demais escalas de participação, se percebe que 10% dos textos receberam mais do que 10 comentários.

Levando em conta a quantidade significativa de pessoas que dizem ler blogs pessoais com frequência, é possível concluir que a maioria dos leitores apenas recebem as informações, mas raramente atuam para a construção de conteúdos ou com a manifestação de suas opiniões através da interação com os produtores de conteúdos e os demais internautas que participam nestas páginas pessoais.

*O meio de comunicação blog põe à disposição dos usuários ferramentas para uma construção coletiva de sentidos e significados, incentiva a interação, mas a interação é tão habitual como a publicação e o consumo dos conteúdos.*

Se a interação fosse efetiva, poderia levar a uma construção coletiva de marcos de sentido e contribuir para a revisão de manifestações de identidades ou dos sentimentos de pertencimento a grupos e coletivos dos indivíduos que interagem através destes canais mediados por computadores. Mas não é isso que parece acontecer até aqui, pelo menos ao observarmos o nosso corpo de análise.

#### **4.3. A percepção dos blogueiros a respeito de sua própria identidade em contraste com a identidade dos demais internautas**

Os blogs pessoais, por divulgarem textos com distintos elementos que expressam identidades, se apresentam como um terreno perfeito para a afirmação e para o contraste das distintas identidades que podem aparecer na internet.

Além de conhecer que tipo de elementos de identidade aparecem no contexto dos blogs e com que frequência, é interessante saber, através da análise de conteúdo dos textos publicados nos blogs e dos comentários publicados como respostas a cada texto quantos elementos de identidade podem ter em comum os blogueiros e seus leitores.

Como se mostra na figura 4.12 (página 108), é possível perceber que cinco dos nove elementos de identidade avaliados neste estudo de caso apresentam uma coincidência importante entre o que é manifestado pelo blogueiro e as respostas que ele recebe por meio de comentários feitos no blog.

Os dados disponíveis indicam que a quantidade de elementos de identidade pessoal ou os elementos que revelam um sentimento de pertencimento do blogueiro em relação determinado grupo e coletivo não resulta, necessariamente, em uma manifestação maior destes mesmos elementos por parte dos internautas. Ainda assim, é possível perceber que existe uma relação entre as características destes elementos expressos por uns e pelos outros.

Outra forma de apresentar esta conclusão é a seguinte: existe coincidência entre o que o blogueiro expressa em seus textos e aquilo que os internautas expõe em seus comentários. Os discursos costumam estar baseados em elementos similares, com um grau de expressão que se alterna conforme o que o autor das páginas pessoais comunica em seu blog.

Desta forma, a comunicação e a interação no ambiente dos blogs terminam por ficarem centradas em uma constância de certos elementos de identidade, que aparecem de maneira proporcional nos textos de expressão dos diferentes agentes da comunicação – a saber, blogueiros e internautas que interagem com eles.

É curioso perceber também que os elementos de identidade que mais aparecem nos textos dos blogueiros são também os que apresentam um maior número de coincidências com o que os internautas expressam sobre as suas próprias identidades. Como a figura a seguir demonstra:

Figura 4.17.

<b>Elementos de identidade pessoal em comum entre blogueiros e internautas</b>								
Hobbies	Nacionalidade	Gostos culturais	Pertenecimento a grupos	Entorno de amizades	Entorno familiar	Identificação /recusa da própria realidade	Satisfação pessoal/profissional	Assuntos de interesse
449	143	2195	123	61	11	1071	1414	2339

*Os assuntos de interesse dominam os discursos dos blogueiros assim como os comentários dos internautas que atuam na interação com os autores das páginas pessoais. Em segundo lugar e muito próximo do primeiro aparecem os elementos que refletem os gostos culturais dos produtores de conteúdos. Estes dados demonstram a predominância de aqueles elementos de identidade que são mais facilmente mutáveis.*

Superaram o número de 1.000 correspondências entre os elementos de identidade pessoal do blogueiro e dos internautas as variáveis que revelam a satisfação pessoal ou profissional do autor dos conteúdos e a identificação ou recusa que a pessoa pode estar experimentando em relação a sua própria realidade.

Na direção contrária deste dado, os elementos de identidade menos presentes nos discursos e também nos comentários dos leitores correspondem aos que fazem referência ao entorno familiar e ao entorno das amizades dos interlocutores da comunicação nos blogs.

Este último dado merece uma análise mais detalhada porque os números demonstram que os blogueiros e os internautas que se comunica com eles tendem a escrever e revelar essencialmente características próprias, gostos pessoais, mas em um discurso direcionado para a prática do espelhismo. Ou seja, em outras palavras, que eles falam essencialmente de si mesmos para quem queira interessar-se sobre as suas vidas, mas sem falar muito de suas interações na vida cotidiana. É como se eles estivessem, desta forma, falando para si mesmos.

Parece interessar, essencialmente, nestes ambientes, a postura do narciso e sua reflexão sobre si mesmo, muito mais do que uma preocupação do autor dos conteúdos em contextualizar as pessoas que podem ler os seus conteúdos com informações do entorno ou de suas relações pessoais. Desta forma, o autor comunica e admira as informações que está repassando para os demais, mas sem contextualizá-los sobre a sua própria vida – o que ajudaria a saber sobre a legitimidade ou não da informação.

O mesmo se reflete nos discursos dos internautas que acompanham a produção de conteúdos do blogueiro. É possível perceber uma correspondência entre as condutas de uns em relação com os outros. Isso é percebido também quando analisamos os elementos de identidade coletiva expressados por blogueiros e internautas. Os dados mais presentes nos textos escritos pelos blogueiros também se confirmam nos espaços previstos para a expressão de ideias e manifestações de identidades dos internautas, como se pode observar nas correspondências resumidas na tabela a seguir:

Figura 4.18

Elementos de identidade coletiva em comum entre blogueiros e internautas					
Grupos raciais/ étnicos	Grupos nacionais, regionais	Grupos políticos	Grupos religiosos	Grupos de aficionados	Grupos de internautas
4	142	1	1	437	992

Em relação aos elementos de identidade coletiva que o blogueiro manifesta em relação a grupos ou coletivos, com marcante predominância da manifestação de seu pertencimento a grupos de internautas e, em menor grau, a grupos de aficionados, se pode perceber uma correspondência maior destas categorias nos discursos dos autores do blog com o qual os internautas se comunicam através de comentários nos textos publicados.

*Mais uma vez, a identificação das pessoas com o grupo de usuários de internet se revela com maior constância, ainda que a quantidade de vezes em que o sentimento de pertencimento a este grupo, que é o mais frequente, ainda se revela muito menor se comparado ao número de elementos de identidade pessoal presentes*

*nos discursos. A identificação com coletivos se torna evidentemente menor entre os usuários e blogueiros se comparada com a expressão da mesma categoria de sentimentos mas com caráter de identidade pessoal.*

Antes de manifestar o sentimento de pertencimento a grupos de internautas, os blogueiros e seus interlocutores se identificam, com frequência maior, com grupos de aficionados e, em terceiro lugar – e bem distante dos dois anteriores – com grupos nacionais, nacionalistas e/ou de identidade regional.

O pertencimento a grupos de aficionados acompanha os dados citados anteriormente e que fazem referência aos gostos culturais e aos assuntos de interesse dos interlocutores. Quanto mais as pessoas expressam estes temas, com maior frequência elas também se sentem parte de um coletivo que compartilha dos mesmos valores e dos mesmos elementos de identidade.

Analisando este cruzamento de variáveis, podemos concluir que os blogueiros sentem, mediante a interação com os internautas, uma correspondência dos discursos que eles costumam praticar em suas páginas pessoais.

*Ao configurar uma repetição de elementos de identidade com seus interlocutores, os blogueiros – e os próprios internautas – se sentem em “terreno seguro”, conhecido, tratando quase sempre dos mesmos elementos de identidade e pertencimento a grupos e/ou coletivos.*

#### 4.3.1. As respostas do blogueiro aos comentários dos internautas

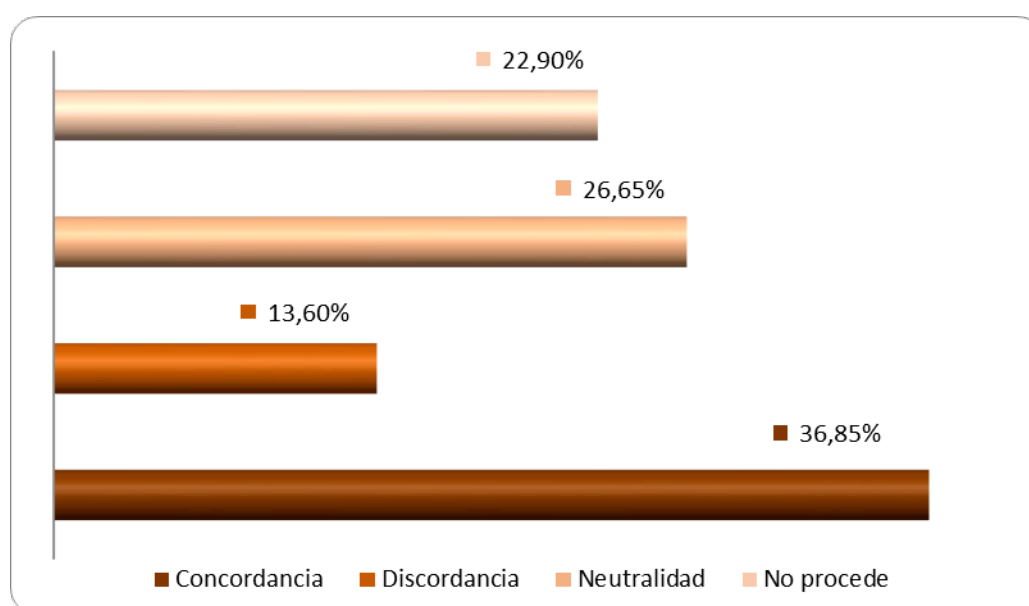
O cruzamento de outras duas variáveis podem nos ajudar a entender melhor esta correspondência entre os discursos dos produtores de conteúdos primários – os blogueiros – e os secundários – ou seja, os internautas que interagem nestes espaços de manifestação de identidades, e com isso, também produzem conteúdo.

Com o cruzamento da variável que identifica acordos e desacordos dos autores dos posts em relação ao que os internautas comentam e a variável que estabelece a característica das respostas dos internautas para os textos publicados nas páginas web é possível perceber como ocorre a interação entre uns e outros.

Figura 4.19.

<b>Característica das respostas do blogueiro aos comentários dos internautas</b>			
Concordância	Discordância	Neutralidade	Não procede
1314	485	950	817

Figura 4.20. Reação do blogueiro aos comentários dos internautas



O sentimento de pertencer a um grupo que trabalha com determinados elementos de identidade e que dialoga entre si pode ser determinante para que o blogueiro siga com o seu trabalho atualizações de conteúdo. Assim como pode ser importante para uma maior ou menor frequência de atualizações da página web ou, inclusive, para a criação de espaços de interação no blog.

Como os blogs se caracterizam como espaços privilegiados para a interação, o tipo de respostas dos internautas frente aos textos publicados pelo blogueiro também se revela fundamental no processo de identificação entre os agentes da comunicação.

*No estudo dos 41 blogs analisados, foi possível perceber uma predominância de manifestações de concordância por parte dos blogueiros em relação aos comentários dos internautas que manifestaram as suas opiniões através de comentários nos posts.*

Em segundo lugar na ordem de respostas mais frequentes, aparecem com uma pequena vantagem as respostas de neutralidade por parte dos autores das páginas web se comparado com a ausência de respostas. Em último lugar aparecem as contestações de discordância.

As respostas que podem ser mais determinantes para que a comunicação prossiga, sejam as de concordância ou de discordância, aparecem em pouco mais de metade das situações. Esses dados demonstram como, em quase metade dos casos, o autor dos conteúdos prefere não manifestar claramente as suas posições ou, também, como os comentários dos internautas não suscitam respostas que sinalizarem para uma posição do blogueiro.

Ainda que as páginas pessoas tenham a potencialidade de se revelarem espaços privilegiados para a manifestação das identidades, nem sempre é possível perceber uma interação que revele opiniões marcantes das pessoas envolvidas no processo comunicativo – como poderia se imaginar nestes espaços.

A análise dos comentários e/ou das respostas dos internautas para os conteúdos publicados nos blogs revela, por sua vez, uma predominância das manifestações de concordância sobre as manifestações de discordância ou as que denotam apenas opiniões de neutralidade.

Em pouco mais de 10,8 mil comentários analisados nos 41 blogs que integram este estudo de caso, foi possível identificar que em 68,2% das ocasiões os interlocutores do blogueiro manifestavam concordância com o autor dos textos.

Este dado demonstra uma identificação muito maior dos “visitantes” das páginas pessoais em relação aos conteúdos publicados do que se nota por parte do autor em relação aos comentários dos internautas.

Como se viu no tópico anterior, foi identificada uma porcentagem menor de discordância por parte dos internautas em relação aos blogueiros do que destes últimos em relação a aqueles que publicaram comentários em seus posts. Ainda assim, predominam as posições de concordância ou neutralidade nas interações.

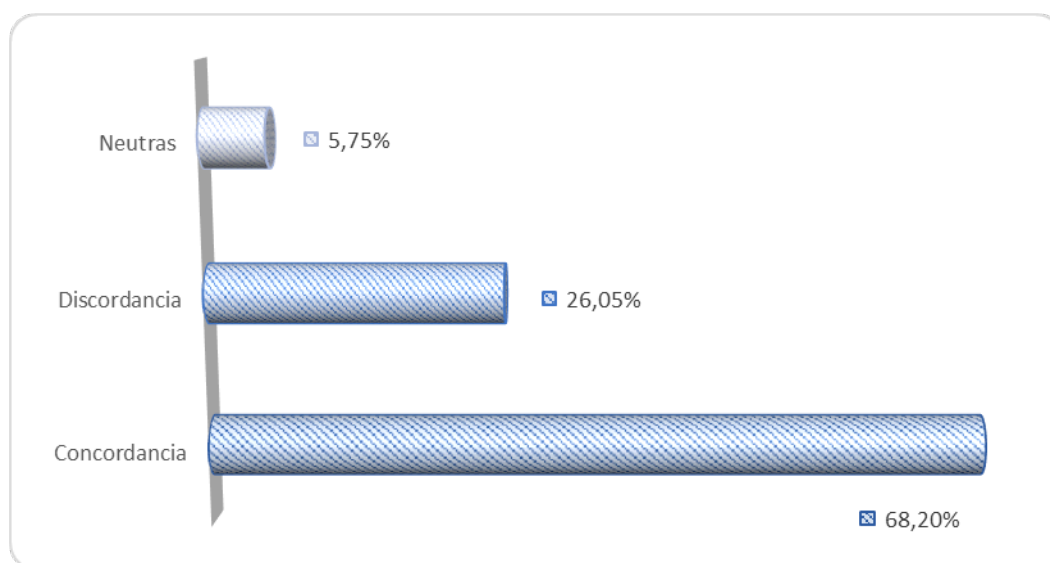
Ainda que o ambiente de interação seja, teoricamente, igualitário para uns e outros, estes dados podem apontar para uma supremacia da figura do autor dos conteúdos que ainda resistente na comunicação estabelecida. O que é o mesmo que dizer que o autor dos blogs segue uma tendência de contrapor-se aos interlocutores que lhe visitam muito mais do que acontece em relação ao contrário.



*Como as páginas pessoais se revelaram um território fértil para as manifestações de gostos pessoais e dos hobbies de seus autores muito mais que um espaço para o debate de características de identidade mais determinantes para o indivíduo – como seriam as questões políticas, territoriais e de crenças religiosas -, a tendência é que o público selecione os sites que “falem a sua própria língua”, ou seja, que reafirmem os seus próprios gostos, hobbies e identidades “líquidas”.*

Com isso não quero dizer que não existe espaço para discordâncias ou para a manifestação de comentários neutros por parte dos internautas, mas que é reveladora a diferença entre as respostas do blogueiro e as que seus interlocutores costumam manifestar. Vale destacar, também, a quantidade fundamentalmente inferior de respostas neutras por parte dos internautas, como é possível observar no gráfico a seguir:

**Figura 4.21. Característica das respostas dos internautas**



Diferente dos blogueiros, que respondem de forma neutra para os comentários dos internautas uma vez a cada quatro ocasiões, os internautas escrevem desta maneira em pouco mais de 5% das ocasiões. Isso nos leva a acreditar que os internautas costumam se expor mais que os autores dos conteúdos no tipo de resposta que eles dão, quem sabe porque eles têm menos compromisso em envolver-se com os conteúdos ou sentem uma pressão menor a respeito da responsabilidade de preservar a interação na página pessoal.

#### **4.4. A produção de conteúdo pessoal dos blogs e a manifestação da identidade do blogueiro como algo determinante para a criação de um grupo de seguidores em seu blog**

Se os blogs pessoais se apresentam como um território fértil para a manifestação das identidades, para a exposição de seus autores por meio de opiniões mais marcantes e pela expressão de suas características pessoais, existe uma relação entre textos mais pessoais e a uma participação maior dos internautas nestes espaços de interação?

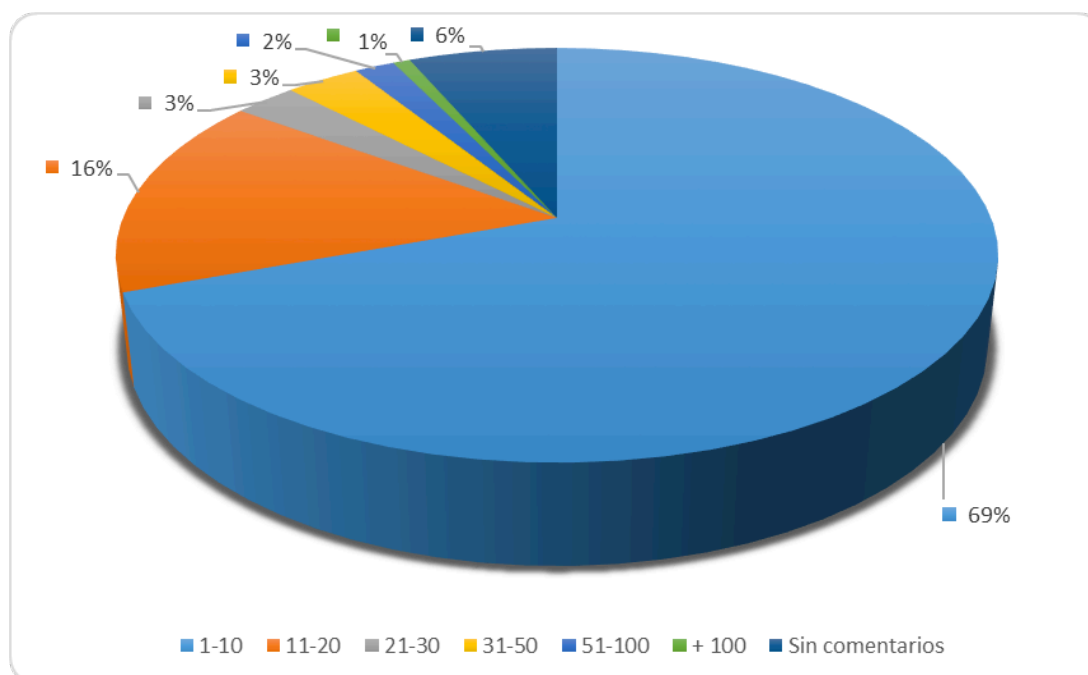
Para identificar se existe esta correspondência, analisamos o cruzamento das variáveis que identificam o nível de personalização do texto publicado e aquela que registra o número de comentários dos internautas publicado no post analisado.

Nos interessa, em especial, os conteúdos que podem ser configurados como de alto nível de personalização, ou seja, aqueles em que o autor revelou uma carga maior de elementos de identidade pessoal e/ou de pertencimento a grupos ou coletivos.

De um total de 3759 posts analisados nos 41 blogs que fazem parte desta investigação, 445 textos se configuraram como tendo um alto nível de personalização. Na maioria dos casos, foi possível perceber que quando o autor manifesta mais de sua identidade, também mais pessoas se sentem impulsionadas a manifestar os seus próprios gostos, hobbies e demais elementos de identidade pessoal que costumam apresentar-se nestes espaços de interação na internet.

Vejamos qual é a relação entre textos mais pessoais e a quantidade de comentários que os internautas fizeram nestas publicações nos blogs:

**Figura 4.22. Proporção de comentários dos internautas nos textos mais pessoais**



O gráfico acima demonstra que em sete de cada dez textos que apresentam um alto nível de personalização se podem observar um máximo de 10 comentários de internautas como resposta a estes conteúdos.

Também é possível perceber que em 6,48% das vezes em que os internautas revelam uma grande quantidade de elementos de identidade pessoal ou o sentimento de pertencimento a determinados grupos ou coletivos não se registram comentários por parte dos internautas.

Os números expostos, assim como uma análise mais detalhada da tabela que traz os dados completos do cruzamento das variáveis “nível de personalização do texto publicado” e a que apresenta o “número de comentários de internautas publicados no post analisado” revelam que não existe, na prática, uma relação direta entre textos mais pessoais nos blogs e uma participação maior dos internautas com a publicação de comentários.

É possível notar, por exemplo, textos nada pessoais ou com um nível de personalização baixo e que apresentam, por sua vez, uma grande participação dos internautas através de comentários. Essa conclusão reforça o que se havia comentado anteriormente, de que joga um papel mais importante na interação nos espaços de comunicação a correspondência de elementos de interesse entre os diferentes agentes envolvidos na interação do que, propriamente, a intensidade da exposição pessoal dos autores das páginas pessoais na internet.

Isso é o mesmo que dizer que importa muito mais que os temas e assuntos tratados nos blogs sejam interessantes para os internautas que visitam estas páginas

pessoais do que a quantidade de elementos de identidade pessoal ou de pertencimento a grupos e coletivos que o autor destas páginas possa comunicar.

*Se espera que as páginas pessoais tragam expressões de identidade de seus autores, mas estas expressões não incentivam mais a interação. O que atrai – e estimula – os internautas a visitar o conteúdo dos blogs e, especialmente, a interagir nestes espaços é a identificação que eles podem desenvolver com os autores das páginas pessoais.*

Mas para conseguir isso, não é necessário que os blogueiros revelem muito de si mesmos em seus textos. O que importa nestes ambientes propícios para a exposição pessoal, é a possibilidade da identificação entre blogueiros e internautas no que se refere a temas de interesse em comum.

Se um maior nível de personalização dos textos não influencia para que mais pessoas interajam com o blogueiro através de comentários em sua página pessoal, é necessário compreender se a mesma falta de relação se produz a respeito da característica das respostas dos internautas sobre o que o blogueiro comunica.

Para saber se a presença de mais elementos de identidade pessoal ou de elementos de identidade coletiva dos autores das páginas pessoais influencia no tipo das respostas dos internautas fizemos o cruzamento das variáveis que registram estes elementos de identidade e aquela que traz a característica das respostas dos internautas que participam do blog em comentários que seguem aos textos publicados na página pessoal.

Da totalidade dos 11.999 comentários analisados nos 41 blogs que fazem parte desta investigação, nos interessa analisar aqueles que apresentam 6 ou mais elementos de identidade pessoal do blogueiro e/ou 3 ou mais elementos de identidade coletiva do autor do blog.

Estes parâmetros foram selecionados porque representam uma carga maior de elementos de identidade dos autores e dos internautas que interagem com eles – ou, em outras palavras, revelam textos que estão acima da média registrada nesta investigação no que se refere a presença de elementos de identidade.

No blog de Kirai.net, também chamado de blog solar nesta investigação, 12 textos apresentaram um número de elementos de identidade pessoal e/ou coletiva acima da média. Observamos, nestes casos, o predomínio de respostas que revelavam concordância por parte dos internautas. Os números exatos são os seguintes: concordância com 57 respostas; discordância com 6; neutras com 8.

Nos 40 blogs satélites estudados, foi possível perceber o mesmo predomínio de respostas de concordância por parte dos internautas a respeito dos textos publicados pelo blogueiro. As manifestações de opiniões neutras por parte dos interlocutores aparecem em segundo lugar, seguidas, em terceiro, pelas respostas de discordância.

Mas é importante ressaltar que estas características já tinham sido identificadas anteriormente, quando analisamos que tipo de respostas os internautas manifestavam com maior frequência. Ao fazermos esta ponderação, é possível dizer que não existe uma relação direta entre textos que apresentam uma maior quantidade de elementos de identidade e uma resposta mais “favorável” (ou positiva, de concordância) por parte dos internautas.

Existem publicações com um número dentro ou abaixo da média que foi registrada de elementos de identidade e que apresentam uma predominância de respostas positivas por parte dos internautas. Mais uma vez, não é a característica dos textos publicados que determina o tipo de interação entre o autor do blog e os internautas. Em geral, os blogs pessoais costumam provocar interações em que predominam as opiniões similares, seguidas das neutras e, finalmente, das contrárias.

*As pessoas que se relacionam nestes espaços buscam, em geral, elementos de concordância entre si. O que é o mesmo que dizer que os similares se atraem. Devido a isto, nas páginas pessoais dificilmente haverá espaço para um debate em que elementos de identidade pessoal ou coletiva joguem um papel que ajude em processos de revisão ou reconstrução de identidades.*

O que é possível perceber é que estas páginas pessoais têm como uma de suas características a definição de um espaço aberto para o diálogo, mas quase sempre um diálogo entre pessoas que tem os mesmos gostos, hobbies e elementos com os quais é possível buscar a concordância.

Geralmente o blogueiro e os internautas compartilham informações e impressões sobre produtos, sentimentos e experiências que lhes são comuns. Essas características fazem com que exista pouco espaço para mudanças reais de opiniões – ainda que manifestações de discordância e/ou de opiniões distintas àquela do autor dos conteúdos existam e sejam de acesso público para quem visitar a página pessoal.

Para finalizar este item que se refere a manifestação das identidades dos produtores de conteúdo e seus interlocutores, promovemos o cruzamento das variáveis referentes aos elementos de identidade pessoal dos autores dos blogs e aquela que identifica aos elementos de identidade pessoal dos internautas que participam dos posts da página pessoal estudada.

O objetivo deste cruzamento é verificar quantos elementos de identidade pessoal similares podem ou não unir ao blogueiro e aos internautas que participam de sua página na internet. Os dados também servem para que observemos que tipo de elemento aparece com maior frequência nos discursos comuns entre os distintos autores da comunicação.

*Os assuntos de interesse, seguidos dos gostos culturais, das manifestações de satisfação pessoal ou profissional, assim como das manifestações de identificação ou de recusa que os interlocutores têm com a realidade que eles vivem são os elementos de identidade que registram uma maior correspondência entre blogueiros e internautas.*

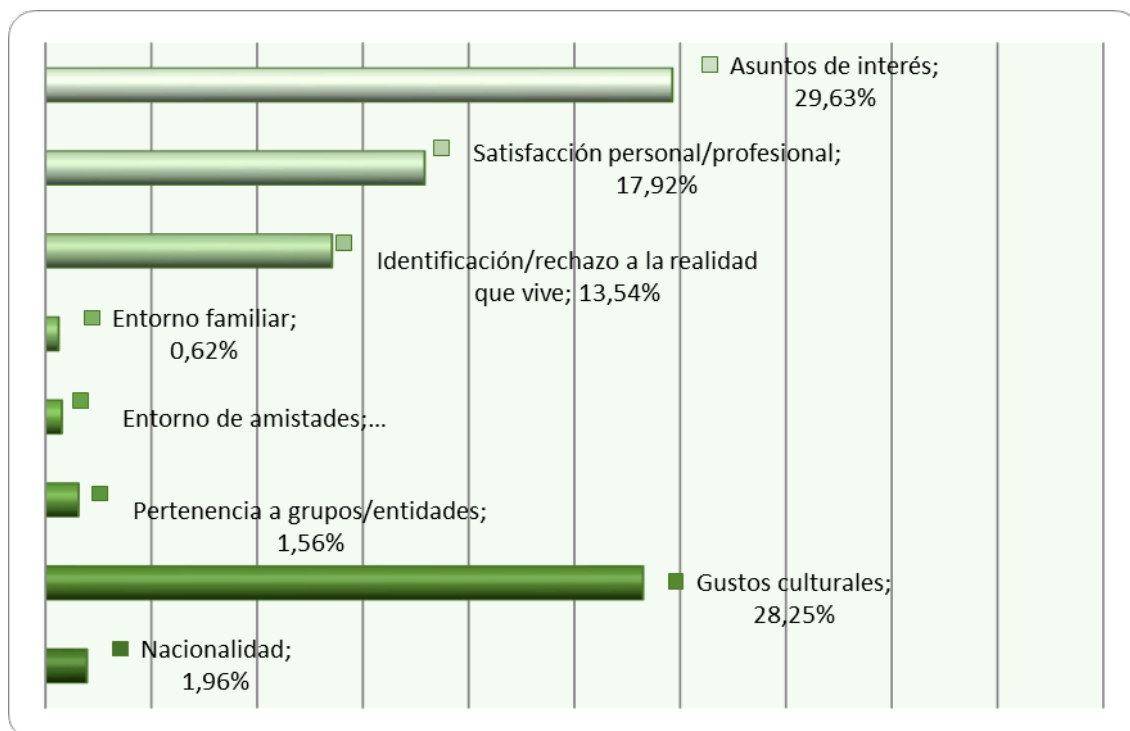
Estes elementos evidenciam a preocupação do autor das páginas pessoais, assim como dos internautas que participam nestes blogs para com temas e assuntos de seu foro íntimo. Além dos gostos e hobbies, que já tinham sido ressaltados nos números vistos nos cruzamentos de variáveis anteriores, esta nova análise evidencia os discursos que ressaltam fatos e sentimentos relacionados com os cotidianos das pessoas que interagem nestes espaços comunicativos.

Blogueiros e internautas manifestam, com frequência, eventos de suas vidas pessoais e profissionais, revelando também sentimentos de identificação ou de recusa com a realidade que eles encontram. Em contrapartida, é curioso observar que os elementos de identidade em comum que menos aparecem nos discursos de blogueiros e internautas fazem referência ao entorno familiar e de amigos dos produtores de conteúdos – sejam eles nos textos publicados pelo blogueiro, seja nos comentários feitos por ele em resposta aos internautas que participam do blog.

Nas páginas pessoais as pessoas têm a tendência de expor muito mais os seus próprios gostos e a realidade que eles vivem sem, contudo, evidenciar as pessoas que fazem parte de seus entornos – o que já tinha sido observado anteriormente com outro cruzamento de variáveis.

A proporção com que aparecem elementos de identidade que fazem referência a familiares e amigos não chega a um percentual de semelhança de 1%, cada um, tendo em conta os números totais das correspondências entre blogueiros e internautas. No gráfico a seguir é possível visualizar aonde se encontra o maior número de correspondências entre os elementos de identidade de blogueiros e internautas:

**Figura 4.23. Frequência de elementos de identidade pessoal em comum entre blogueiro e internautas**



A característica de expor-se menos as informações relacionadas a familiares e amigos pode ter duas leituras distintas. Primeiro, a de que os autores dos blogs e seus interlocutores tem claro que falam de assuntos privados em um espaço público e, como acontece na vida fora da internet, tentam preservar as identidades e as relações que mantêm com as pessoas próximas.

Como um artista presente nos meios de comunicação de massa – e todos parecem influenciados por eles desde o surgimento da cultura de massas – que, mesmo no auge de seu êxito, tenta equilibrar a sua forte exposição pública com a ideia de “preservar” a sua vida privada (o que é o mesmo que dizer que ele preserva a sua família e amigos), o blogueiro e os internautas que interagem com ele parecem seguir esta mesma linha, tão explorada por décadas de exposição das “celebridades” na imprensa seguindo o exemplo daqueles que o indivíduo vem observando faz tempo.

Outra leitura possível dos dados anteriores é que na atual era em que a grande exposição pessoal parece uma resposta a diminuição do contato pessoal nas grandes cidades e a um crescente interesse das pessoas pelas realidades distantes e/ou distintas, os autores das páginas pessoais e as pessoas que se interessam por elas estão muito mais concentradas em si mesmas e nas novas oportunidades de relações virtuais do que nos demais agentes que fazem parte de seu próprio cotidiano.

Isso é o mesmo que dizer que os discursos giram ao redor do que o indivíduo quer, sente, pensa, mas com pouco espaço para tornar evidente que papel as demais

peessoas que lhe ajudam e/ou influenciam no processo têm na construção de sua realidade, identidade e/ou personalidade.

É curioso observar também que existe um número significativo de coincidências a respeito da manifestação da nacionalidade e do pertencimento a grupos e/ou entidades por parte dos blogueiros e dos internautas se compararmos estes números com os elementos envolvendo familiares e as amizades mantidas pelos produtores de conteúdos.

*Em outras palavras, é mais comum que uma pessoa que comenta os textos publicados em um blog manifeste sua nacionalidade ou o sentimento de pertencimento a um grupo ou entidade quando, antes, o autor da página pessoal manifestou este mesmo elemento de identidade.*

Em mais de metade das ocasiões em que blogueiros e internautas coincidem na manifestação de elementos de identidade nos textos os discursos estão baseados em um mesmo grupo de assuntos de interesse e em gostos culturais.

Estes elementos servem como fio condutor e de ligação entre os produtores de conteúdo primários, ou seja, os blogueiros, e todas as pessoas que procuram a sua página pessoal. O que torna ainda mais evidente como são os elementos mais “líquidos”, ou seja, propícios para mudanças durante a trajetória de vida de um indivíduo, aqueles que jogam um papel chave nos espaços de manifestação de identidades e que propiciam interação entre as pessoas na internet.

#### **4.5. A interação entre blogueiro e internautas como causa de alterações na manifestação do autor do blog de seus elementos de identidade**

As páginas web pessoais são alguns dos espaços privilegiados na internet para a interação dos sujeitos e para o intercâmbio de opiniões, gostos, hobbies e dos demais elementos que compõe a identidade que as pessoas podem ter no momento em que a comunicação é desenvolvida.

Como é conhecido através das teorias sociológicas e da ciência da informação, qualquer interação reserva um potencial forte para a mudança, para a manifestação, construção e reconstrução de significados entre os agentes envolvidos nesta dinâmica.

Os pontos analisados anteriormente nos revelaram que a manifestação dos elementos de identidade por parte dos autores das páginas pessoais e seus interlocutores, ou seja, dos internautas, gira ao redor de “valores fluídos”, ou seja, de elementos que estão mais abertos a mudanças durante a vida de uma pessoa.



São exemplo disso os hobbies, gostos pessoais, manifestações de identificação ou de recusa da realidade que a pessoa vive em determinado momento, satisfação pessoal ou profissional, assim como o sentimento de pertencimento a determinados grupos ou coletivos.

Devido a esta característica de que os elementos de identidade manifestados pelos diferentes agentes que participam da comunicação estão baseados em “valores fluídos”, é necessário perguntar se a interação entre as pessoas e a manifestação das diferentes opiniões pode contribuir para que os autores dos blogs mudem, em algum momento em seus discursos, a manifestação de sua identidade própria motivados por uma “pressão” dos seus interlocutores, ou seja, por repetidas manifestações de discordância, por exemplo.

Isso é o mesmo que perguntar se é possível que, ao se exporem tanto em um espaço público, deixando evidente elementos de identidade para um inverso maior do que aquele com o qual os autores poderiam estar acostumados (e com o qual eles exercem algum controle ou com o qual eles se sentem mais “confortáveis” por ter conhecimento sobre ele), os blogueiros se deixassem mais suscetíveis a críticas e, motivados por elas, mais propensos a mudar as suas próprias manifestações de identidade – ou que, o que seria ainda mais significativo, a própria percepção que um indivíduo pode ter de si mesmo.

Para examinar esta hipótese e entrarmos na compreensão dos efeitos da interação em espaços em que os elementos de identidade pessoal e coletiva jogam um papel chave, fizemos o cruzamento das variáveis que identificam o tema do texto publicado, o número de comentários dos internautas em cada um destes textos e a variável que identifica acordos ou desacordos dos autores dos posts com os comentários recebidos em cada um dos textos do blog.

Identificar que temas foram tratados pelos blogueiros em relação com a participação dos internautas nos posts e, especialmente, com manifestações de acordo ou desacordo do autor da página web pessoal pode demonstrar a existência ou não de mudanças nos discursos devido a uma constância de participação dos internautas e, em especial, a um predomínio de desacordos entre as pessoas envolvidas na comunicação.

O blog solar de Kirai.net apresenta 22 textos nos quais os comentários feitos por internautas despertaram uma reação de discordância por parte do blogueiro. Em metade das vezes em que isso acontece, foi registrado de 31 a 50 comentários de internautas para os textos do blog.

Em seis ocasiões foi observada a faixa de 51 a 100 comentários; em quatro ocasiões foram vistos mais de 100 comentários; e somente uma vez foi observado o registro de 21 a 30 comentários. Estes números refletem uma característica do blogs solar: ter uma grande quantidade de comentários na maioria dos posts da página pessoal.

O tema “Japão” é o que aparece mais vezes nos posts nos quais a interação com internautas resultou em manifestações de discordância por parte do blogueiro. Ao total, artigos que falam do país oriental aparecem em 10 dos textos analisados.

Em seguida aparecem os temas de “costumes” (oito vezes), “curiosidade” (sete vezes), “natureza” e “fotografia” (cinco vezes cada um) e os de “sua vida/seu trabalho” e “transporte/carros” (quatro ocasiões cada um).

É possível perceber que temas como “Japão” e “costumes”, que aparecem no post de número 30 e que resultaram em alguma contestação de discordância de Héctor García para com o comentário de algum internauta apareceu depois em muitos outros posts, inclusive em outros que resultaram, mais uma vez, em respostas de discordância por parte do blogueiro.

O tema da “tecnologia” é um dos únicos que apareceram nos primeiros três posts que resultaram em contestações de discordância do blogueiro e que depois não aparecem mais. Importante recordar que o autor de Kirai.net muitas vezes não tem o costume de responder aos internautas, por isso não é possível identificar quanto a discordância a seus textos pode influenciar em novas publicações.

Passando para a mesma análise dos blogs satélites, contudo, é possível perceber uma pequena mudança de atitudes a respeito dos temas e as contestações de discordância por parte dos blogueiros em relação a comentários de internautas em suas publicações.

No blog “Campo de Fresas”, por exemplo, identificamos cinco ocasiões em que a autora da página pessoal manifestou discordância em relação a comentários dos internautas. Surgiram, nos cinco textos analisados, 11 temas distintos – ou seja, apenas em quatro ocasiões os temas se repetiram ao menos uma vez.

Isso pode revelar uma maior diversidade no uso de temas por parte da autora ou, talvez, uma preocupação em evitar repetir temas que podem resultar em conflitos ou em discordâncias em relação aos internautas que comentam nos textos.

O blog “La Vida en Rosa” apresenta quatro textos nos quais a autora da página pessoal manifesta discordância em relação a comentários de algumas das pessoas que publicaram opiniões sobre os seus textos. Em nenhuma das publicações do blog existem temas que não foram notados, ao menos uma vez, em outra ocasião.

A mesma análise se repete em todos os blogs nos quais são identificadas manifestações de discordância por parte do blogueiro em relação a algum comentário dos internautas. Comprovamos, com este cruzamento de variáveis, que não existe uma correspondência entre discordâncias por parte dos blogueiros em relação a seus interlocutores e uma mudança dos temas tratados por eles em suas páginas pessoais.

Isso é o mesmo que dizer que os autores costumam seguir uma linha de tema em suas páginas web sem se importarem tanto com o que os internautas possam opinar a respeito de suas publicações.

Esta conclusão é especialmente significativa porque retira da interação a importância que os estudiosos costumam dar para estes espaços de “debate público” como podem ser considerados os blogs pessoais. Não se pode negar que os autores dos blogs buscam audiência e, especialmente, a participação de seus leitores por intermédio de comentários que seguem suas publicações, mas as manifestações de opiniões e de características pessoais por parte dos interlocutores dos blogueiros não influenciam nos temas escolhidos para a página web.

Isso é o mesmo que dizer que os assuntos escolhidos pelos autores dos conteúdos dos blogs mantêm uma lógica e um padrão de publicações independente das manifestações de seus leitores – a mesma característica adotada pelos meios de comunicação de massa que trabalham e aceitam sugestões de seus leitores, mas sempre dentro de uma linha editorial específica e que normalmente segue o mesmo padrão que os outros meios.

Para verificar com maior detalhamento e precisão esta questão, produzimos o cruzamento da variável do tema do texto publicado com aquela variável que identifica a característica das respostas dos internautas que participam no blog através de comentários nos conteúdos publicados.

Com isto buscamos identificar se existe alguma influência na eleição dos temas por parte do blogueiro conforme os internautas manifestam mais ou menos expressões de concordância ou discordância em relação aos discursos do autor da página web pessoal.

Analisando os resultados obtidos que fazem referência ao blog solar de Kirai.net, é possível confirmar as conclusões anteriores. As contestações que demonstram concordância, discordância ou respostas neutras por parte dos internautas que participam do blog por meio de comentários não fazem com que o blogueiro modifique a sua escolha de temas para a página web.

Assim, temas como “costumes”, “fotografia”, “tecnologia”, “Japão”, “natureza”, “literatura/mangá”, entre outros que aparecem com frequência na página web seguem sendo tratados no blog do primeiro até o último post estudado.

O blog satélite “Campo de Fresas” confirma o que acontece com o blog solar. Temas como “artistas/celebridades”, “vídeo/cine”, “humor”, “imprensa/jornalismo” e “seu trabalho/sua vida”, que provocaram respostas exclusivamente de discordância por parte dos internautas, nem por isso deixaram de aparecer em uma ou mais vezes posteriormente em textos publicados pela blogueira.

A página pessoal “La Vida en Rosa” é a seguinte que registra manifestações de discordância dos internautas com os textos publicados por sua autora. Mas mais uma vez os temas tratados nas ocasiões em que isto acontece, como são os de “moda/vestuário”, “internet”, “personalidades”, “seu trabalho/sua vida”, “línguas”, assim como outros, aparecem posteriormente em outros textos publicados pela blogueira. O

mesmo pode ser identificado nos demais blogs satélites que fizeram parte desta análise.

Finalmente, para complementar o grupo de cruzamentos de dados anterior, produzimos a análise da variável que identifica as mudanças nos discursos dos autores das páginas web pessoais provocados por alguma interação precedente estabelecida com algum internauta que tenha participado do blog através de comentários no mesmo.

Com isto buscamos identificar possíveis mudanças na manifestação da identidade do blogueiro, uma possível mudança de seus valores ou gostos pessoais conforme as suas manifestações de identidade expostas ao público podem ter encontrado respostas de refutação por parte dos leitores da página pessoal.

*Foi possível observar em alguns dos blogs que compõe nossa análise diferentes mudanças nos discursos dos blogueiros. Dos 41 blogs estudados, 17 apresentaram alguma alteração em algum conteúdo publicado pelo seu autor.*

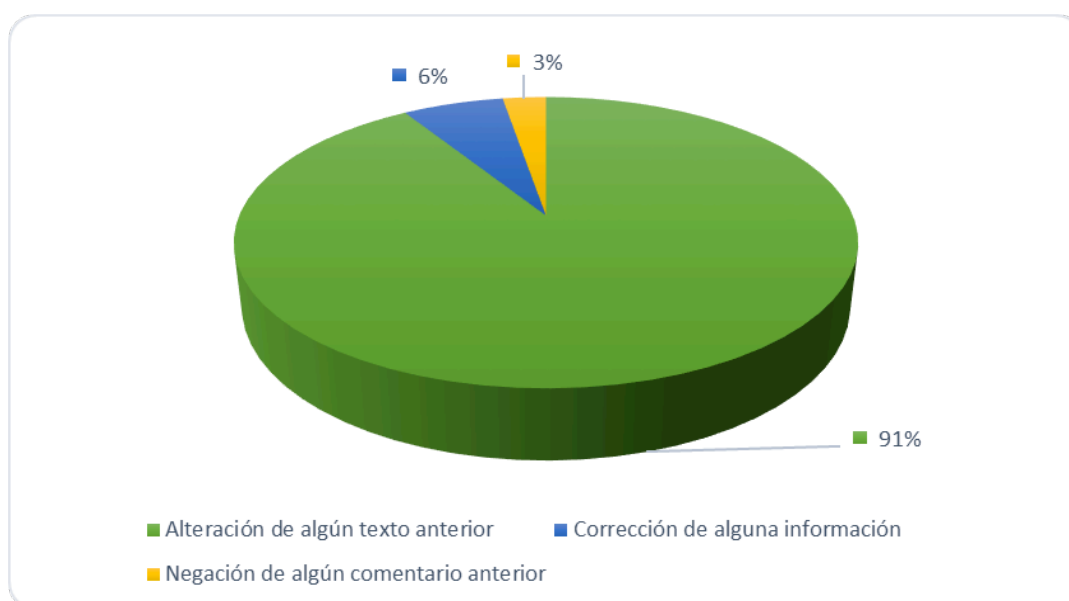
Em parte dos textos foi possível identificar mais de um tipo de mudança nos discursos. No total, foram identificados 107 textos em que os autores das páginas web publicaram conteúdos distintos do que se havia publicado anteriormente.

No blog solar de Kirai.net o autor mudou o seu discurso apenas em uma ocasião. Mas em outras páginas pessoais, como as do “Blog de Jokinsu”, “El Pachinko” e “Foxblog”, a frequência de mudanças se revelou muito maior. O tipo de mudança identificada com maior frequência foi a que manifestava uma “alteração de algum texto anterior”, que foi registrada em 102 posts.

Depois, com uma frequência quase insignificante em relação à totalidade dos posts, foi possível identificar mudanças que revelaram alguma “correção de alguma informação anterior” publicada pelo blogueiro – em sete ocasiões – e a “negação” de algum conteúdo publicado anteriormente – em três textos.

Como é possível observar, pelos números citados anteriormente, algumas publicações dos autores apresentaram mais de um tipo de mudança nos discursos apresentados nas páginas pessoais. No gráfico seguinte é possível observar a importância de cada tipo de alteração nos discursos em relação a totalidade dos textos que apresentaram alguma alteração:

**Figura 4.24. Mudanças no discurso do blogueiro**



As rupturas maiores nos discursos, que poderiam ser identificadas por meio de correções ou pela negação de alguma informação ou comentário publicado anteriormente pelo autor da página pessoal não chega a 10% do total das mudanças identificadas nos conteúdos dos blogs.

Este dado revela que é muito mais comum que os produtores de conteúdos na blogosfera produzam alterações em seus discursos de uma maneira suave, seguindo, com frequência, seus próprios interesses nas mudanças de temas e conteúdos, mais que motivados pela interação estabelecida com os internautas.

Essa conclusão pode ser observada pelo fato de que 91% das mudanças está configurada como alterações de conteúdo nas distintas páginas web. Estas alterações não passaram por correções ou pela negação do que havia sido publicado anteriormente. Elas sinalizam, melhor dizendo, uma referência a conteúdos anteriores, adicionando geralmente alguma informação ou alterando algum conteúdo depois que novos fatos acabaram sendo produzidos.

Por apresentarem estas características, estas mudanças foram produzidas muito mais pelo interesse do autor por manter determinados conteúdos atualizados que por responder de maneira eficaz a algum internauta que tenha manifestado algum pedido de atualização e/ou de correção de informação através de comentários no final dos posts.

Importante observar também que o número de 102 textos em que foi possível identificar alguma mudança nos discursos dos blogueiros – nem todos, como foi comentado, resultado apenas de alguma interação com os leitores dos conteúdos – representa 2,73% da totalidade de publicações registradas nos 41 blogs estudados.

Este é um número bastante baixo e que reforça, ainda mais, a conclusão de que a interação nos ambientes favoráveis para esta prática, como são os blogs, é menos relevante para os discursos finais dos produtores dos conteúdos do que se poderia esperar – ou, melhor dizendo, do que alguns autores que proclamam a capacidade de produção de conteúdos “interativa, democrática e participativa” em internet gostariam de observar.

#### **4.6. Os níveis de interação estabelecidos e a relação entre a disponibilidade de espaços interativos e a frequência com a qual a interação se estabelece**

As páginas web pessoais apresentam, na sua maioria, espaços privilegiados para a divulgação de links para outras páginas na web. Com frequência estes espaços divulgam outras páginas pessoais e, algumas vezes, é possível identificar uma espécie de círculo de relações entre autores que fazem o intercâmbio de informações, visitas e comentários entre si.

Para identificar uma possível rede de relações que seja evidente entre diferentes autores analisados, estudamos os links publicados em cada um dos 41 blogs que fazem parte deste trabalho. O blog solar de Kirai.net, por exemplo, divulga a página pessoal “MotomachiCakeBlog”, publicada pelo seu amigo pessoal Vito, com quem Héctor García também mantém alguns projetos fora do espaço da web.

Este é o único link de outro autor estudado que Kirai.net divulga em sua página pessoal. Ainda assim, foi possível identificar que Héctor García participou com a publicação de comentários em outras duas páginas web que fazem parte deste trabalho: a de “El Pachinko” e a de “Time Flies/Josecrem”.

A importância do blog de Kirai.net pode ser percebida não apenas pela presença dos demais 40 blogueiros escolhidos para este estudo em sua página, além de outros tantos não considerados em comentários feitos em suas publicações, mas também pela frequência com que a página pessoal de Héctor García é linkada pelos demais autores de páginas pessoais.

Kirai.net aparece como página recomenda por 22 dos autores analisados neste estudo – de um total de 23 blogs que apresentam espaço para a publicação de links para outras páginas pessoais. Apenas o blog de “Ikusuki” não publicou um link para a página de Kirai.net.

Essa característica da página pessoal de Héctor García explica parte do êxito de seu autor como produtor de conteúdos na web. Isso porque um dos principais critérios

para uma boa colocação nos mecanismos de busca na internet é justamente a quantidade de links externos que apontam para uma determinada página pessoal.

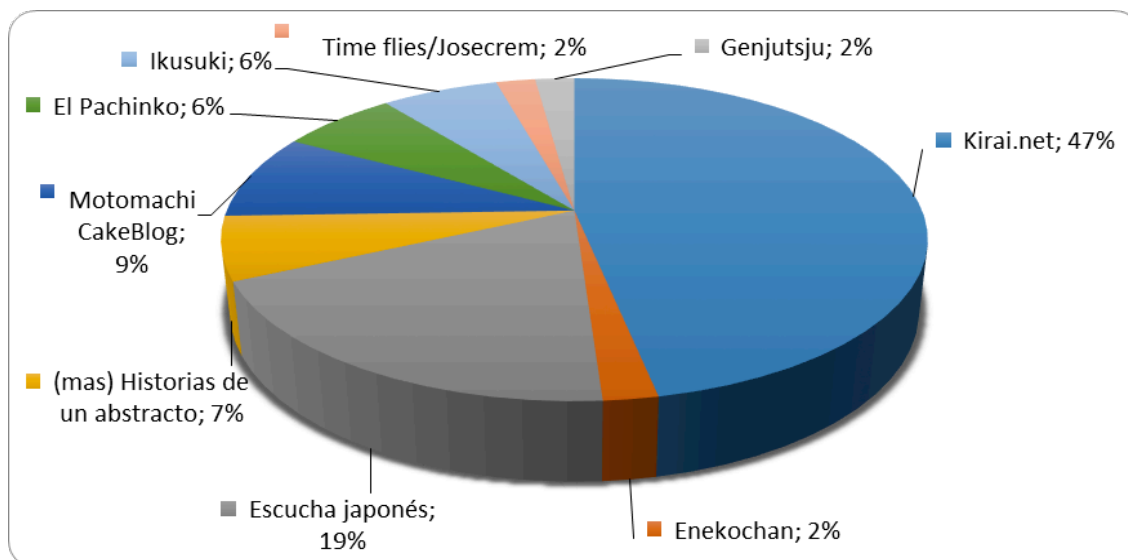
Um dado curioso nesta análise, contudo, é que 17 blogs pessoais não reservam espaço para a publicação de links para outras páginas com a mesma característica. O número é expressivo e demonstra que não existe uma regra ou mesmo uma tendência para que os blogueiros incentivem os seus leitores a buscarem mais informações em outras páginas pessoais como a sua – o que seria, pelo número de comentários que um blogueiro costuma deixar em outras páginas web, algo fácil de ser feito já que o autor tem como um de seus costumes manter relações com outros blogueiros.

*A ausência de links em 41% dos blogs para outras páginas pessoais revela que não existe uma relação direta entre a participação de uns autores nas páginas de outros produtores de conteúdos e a “oficialização” de uma rede de contatos de fácil identificação para um internauta que frequente a página pessoal deste determinado autor.*

Não existe uma regra ou uma preocupação que possa ser considerada como um padrão de práticas, em outras palavras, dos blogueiros que costumam participar com comentários em outras páginas web pessoais para que seus leitores sigam os seus passos e visitem estas mesmas páginas na internet.

Nas páginas pessoais em que existe a indicação de outros blogs para os internautas na seção de links recomendados, o que corresponde a 59% do total, nove blogs concentram estas indicações. Como foi comentado antes, o blog solar de Kirai.net é responsável por quase metade das ocorrências. No gráfico a seguir é possível perceber com maior clareza quais são as páginas pessoais mais linkadas pelos blogueiros estudados em relação ao total de páginas que publicam algum tipo de link:

**Figura 4.25. Frequência com que os blogs são linkados**



Depois do blog solar, é possível perceber uma quantidade considerável de indicações para a página pessoal de “Escucha japonês”, um site considerado, por muitos, como de referência para o ensino do idioma japonês. Em seguida, leva uma pequena vantagem o site de “MotomachiCakeBlog”.

Estes três blogs foram criados por espanhóis que emigraram para Japão e que, além disso, se tornaram amigos. É curioso perceber como eles conseguiram, por meio de outros blogueiros menos conhecidos, uma exposição maior através, justamente, da indicação de suas páginas pessoais por intermédio da publicação de links.

Estes números explicam como funciona a lógica da rede de contatos na blogosfera. Os blogs mais conhecidos tendem, se eles continuam se atualizando, a manter nas primeiras posições nas buscas por intermédio das indicações de outros blogueiros.

Para chegar a este ponto, os líderes costumam aliar algumas características, como antiguidade das páginas pessoais, atualizações constante e/ou periódicas de conteúdos, uma produção de textos que busca pela exclusividade de conteúdos e que, ao mesmo tempo, sejam considerados de interesse em determinada área de conhecimento.

Existe uma relação entre as três páginas pessoais mais recomendadas pelos blogueiros, ainda que esta relação nem sempre esteja evidenciada por links publicados nos sites na internet. O blog de Kirai.net, por exemplo, link apenas a página



pessoal de “MotomachiCakeBlog”, a terceira no ranking das páginas mais recomendadas.

Mas o seu autor, Héctor García, também costuma fazer comentários nas páginas de “El Pachinko” e “Time Flies/Josecrem”, o que aumenta a visibilidade para a sua própria página pessoal – mais do que atrair novos leitores para estes outros dois blogs.

Na maioria das situações em que o blogueiro mantém espaço para a indicação de outras páginas pessoais, é possível perceber que este autor indica blogs nos quais ele costuma participar através de comentários.

O blog “Campos de Fresas”, por exemplo, recomenda as páginas de Kirai.net e “MotomachiCakeBlog” ao mesmo tempo em que registra opiniões de sua autora nestes dois sites na internet.

A mesma correspondência exata entre páginas pessoais linkadas e a presença de comentários dos autores destas mesmas páginas web no blog recomendado foi possível registrar em relação aos blogs de “La Habitación del Fondo”, “Blog and the City”, “Jarfil’s Blog”, “MotomachiCakeBlog”, “Morgan’s Bloggin’XP”, “Issis”, “La Cueva del Metal & The Freak Cave”, “Intentando no Morir em el Intento” e “Blog de Arki 24885” – a maioria destes indicando a página do blog solar.

Nas outras situações, o autor da página pessoal publica links distintos em relação às páginas web em que ele costuma fazer comentários ou apenas se abstrai de publicar links e acabava publicando somente opiniões nas páginas pessoais com as quais ele não mantinha uma relação aparente/visível – ao menos para os internautas que buscavam referências nas páginas destes outros autores.

Como a antiguidade de um blog é um dos elementos determinantes para que a página pessoal apresente uma quantidade de conteúdos significativa e, com isto, possa tornar-se mais relevante na blogosfera, é interessante promover o cruzamento da variável que identifica esta antiguidade com aquela que traça os links do blog para outras páginas na internet.

Com este cruzamento de dados, buscamos identificar se existe uma correspondência entre páginas pessoais mais antigas e uma publicação maior de links que remetem para outros sites na internet – o que seria compreensível porque o autor estaria há mais tempo interagindo na rede e, desta forma, poderia conhecer mais autores de conteúdos próprios e pessoais.

Dos 41 blogs estudados, sete apresentaram um número expressivo de links: mais de 40. Três destas páginas pessoais são de blogs considerados novos, porque tinham mais de um ano, mas não mais do que dois anos de existência quando foram coletados os dados para esta análise de conteúdo.

Outras quatro páginas, por sua vez, correspondem a maioria dos blogs estudados: tinham mais de dois anos, mas não mais que cinco anos de atualizações e de existência quando estudadas. Predominava, entre estas páginas pessoais que

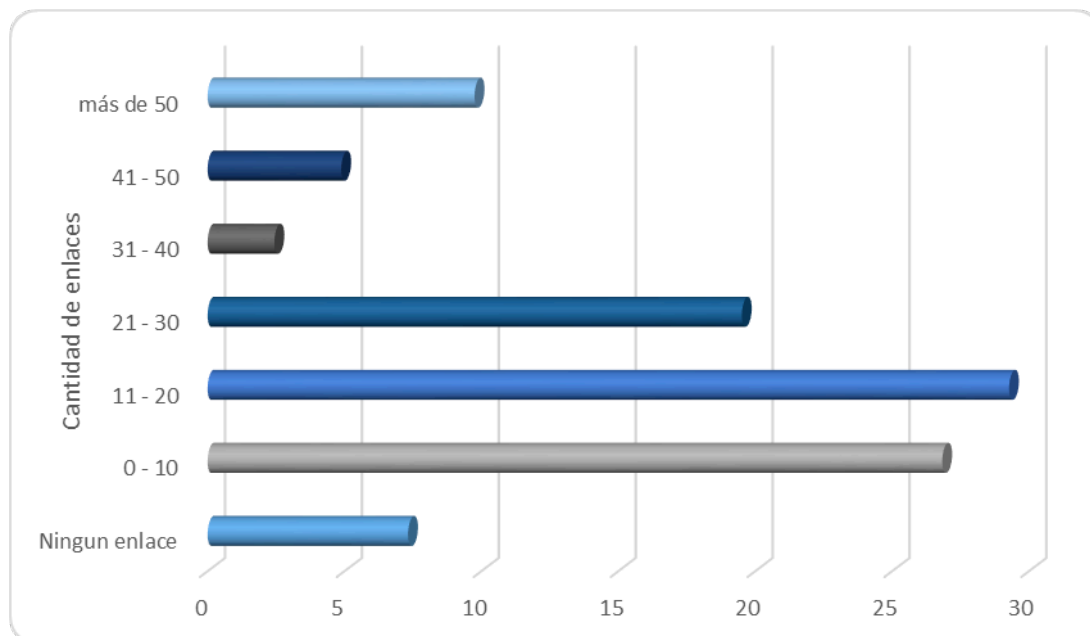
apresentam uma grande quantidade de links, a indicação para diferentes tipos de sites na internet.

O que podemos concluir destes dados é que não existe uma relação direta entre o tempo de existência dos blogs, a interação que o blogueiro pode ter desenvolvido com outros autores e uma maior indicação de páginas externas para os internautas que costumam fazer visitas para eles.

A eleição para o tipo de link publicado ou a quantidade de indicações tem mais a ver com a proposta do blogueiro e seu interesse para difundir o seu blog na internet do que com alguma relação com a antiguidade da página pessoal.

Em algumas situações, contudo, foi possível perceber algumas práticas, especialmente por parte dos autores que começaram as suas páginas pessoais há pouco tempo, no sentido de “fazer o intercâmbio” de indicações com outros blogueiros para, desta forma, tentar subir degraus nos mecanismos de busca e ganhar mais leitores no processo.

**Figura 4.26. Indicação de links nos blogs**



Os dados revelam que não existe uma relação direta entre páginas que estão mais tempo ativas e aquelas que apresentam um número maior de links para outros blogs ou mesmo para outras fontes de informação e conteúdo.

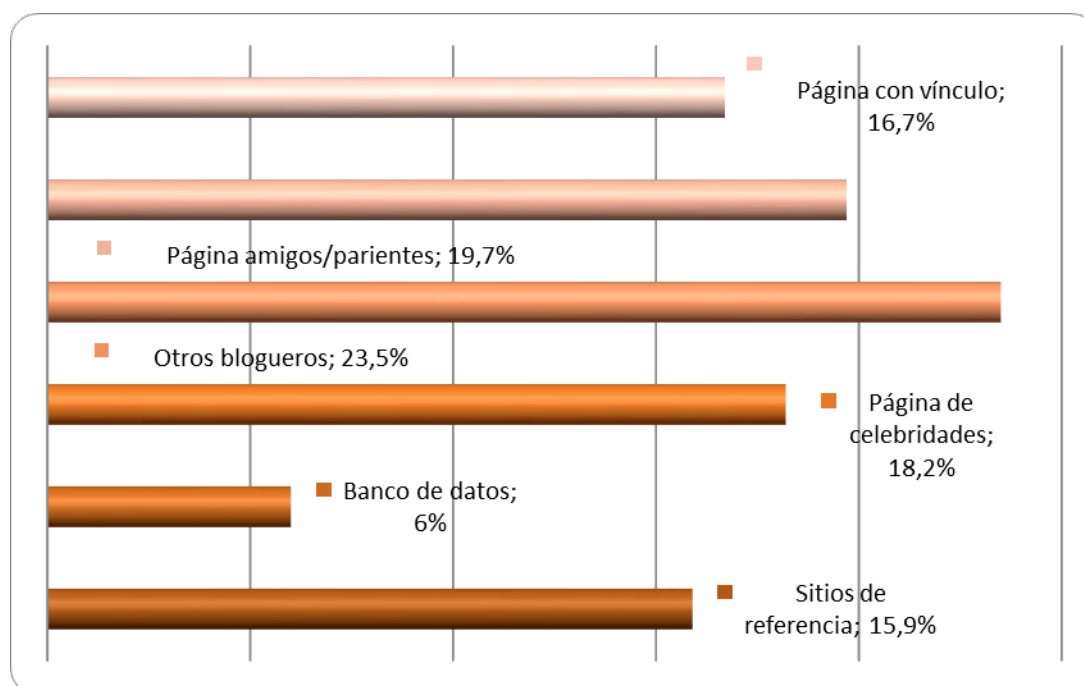
O que é curioso observar é que em 24 dos 41 blogs estudados existem links para páginas de outros blogueiros, o que comprova que os produtores de conteúdos de páginas pessoais costumam indicar outros autores como eles para os seus leitores – mais que outros tipos de páginas na internet.

Este último dado demonstra também que existe uma tendência nas páginas pessoais para criar uma rede de links e de referências para páginas similares, sejam elas de amigos dos autores dos conteúdos e que também mantêm blogs atualizados ou de pessoas que mantêm blogs e com as quais os autores das páginas pessoais se identificam.

É importante observar, contudo, que mais de uma classificação proposta pode ser identificada para um único link. Ou seja, uma mesma página indicada pelo blogueiro pode ser classificada como “página de celebridade”, link para “outros blogueiros”, página de “amigos/parentes” e/ou “página com algum vínculo” com o blog do produtor de conteúdos em questão. Ocorre, também, casos em que um “site de referência” também pode ser considerado um “banco de dados” ou uma “página de celebridades”.

No gráfico a seguir é possível observar as categorias de links identificadas com maior frequência nos blogs analisados:

**Figura 4.27. Tipo de link publicado no blog**



Curioso observar, pelos dados anteriores, que a preferência pela publicação de links feita pelos autores das páginas pessoais aponta um pequeno predomínio para a blogosfera, enquanto que as categorias de “páginas de amigos/parentes” dos autores, “páginas de celebridades” (sendo consideradas como tais as pessoas que mantêm um grau considerável de reconhecimento na internet e/ou nos meios de comunicação tradicionais), “páginas com algum vínculo com o blog” e as que se configuram como “sites de referência” em determinado assunto e/ou segmento apresentam uma proximidade numérica muito grande com a primeira categoria da lista.

Apenas os sites considerados “banco de dados” aparecem muito atrás na quantidade de indicações por parte dos blogueiros.

Além do fato de que os blogueiros costumam indicar outros produtores de conteúdos de páginas pessoais, é evidente o fato de que muitos deles fazem o intercâmbio de indicações uns com os outros. Por isso é possível perceber um número significativo de indicações para páginas que mantêm algum vínculo com o blog estudado como referência.

Depois, o intercâmbio de links, de comentários e de informações entre os produtores de conteúdos acaba por estabelecer um nível de amizade que antes da criação das páginas pessoais poderia não existir. Neste sentido, é possível perceber também que existe uma preocupação de manter na internet uma rede de comunicação que mantém uma certa relação com o que é vivido fora do espaço da comunicação mediada por computadores.

Em outras palavras, as pessoas que mantêm páginas pessoais atualizadas e que tem, por sua vez, amigos e parentes que possuem a mesma prática, costumam linkar as páginas destas pessoas – como, na vida fora deste meio da internet as pessoas costumam apresentar e manter laços com estas pessoas quando interagem com as demais.

Páginas pessoais retroalimentadas por esta espécie de rede de indicações acabam, ao receber muitos links, tornando-se reconhecidas no meio. Assim, pessoas comuns acabam tornando-se “celebridades” em determinado espaço de interação quando elas começam a figurar sempre como pessoas que estão sendo indicadas por um número considerável de produtores de conteúdo.

Além disso, pessoas que já tinham feito carreira fora da internet, sendo consideradas referência em determinada área de conhecimento ou em determinado tema, acabam por receber mais indicações por parte dos blogueiros.

Consequentemente, muitas destas pessoas, por sua credibilidade e reconhecimento popular acabam sendo consideradas referência em determinada área.

Além do tema escolhido pelos autores dos blogs, outro fator que pode influenciar para uma maior ou menor participação dos internautas nestes espaços através da publicação de comentários pode ser a disponibilidade dos recursos feitos para a interação nas páginas pessoais.

Para avaliar a importância dos espaços e dos canais de interação para os internautas, fizemos o cruzamento das variáveis que apresentam ditos espaços e canais com a que estabelece o número de comentários de internautas em cada post estudado.

Nos 41 blogs estudados foi possível perceber a possibilidade dos internautas escreverem mensagens no final dos posts publicados. O que comprova que esta é, efetivamente, uma das características que costumam definir este espaço comunicativo na internet.

Outro espaço para a divulgação de conteúdos produzidos pelos internautas que participam dos blogs é a citação por parte do blogueiro da manifestação de seus interlocutores “virtuais” em algum de seus textos. Ou seja, em alguns dos blogs estudados foi possível detectar a citação de comentários e/ou de contribuições de internautas nos próprios textos dos blogueiros. Esta valorização da interação apareceu em 17 dos blogs analisados.

Depois, em terceiro lugar, foi detectada a publicação do correio eletrônico do autor do blog em 10 das páginas pessoais deste trabalho. Este tipo de informação, menos comum na internet, evidencia que os blogueiros preferem manter a interação no “espaço público” dos blogs muito mais do que informar outros canais para a interação que podem ser considerados mais “privados”, como é o caso de um e-mail.

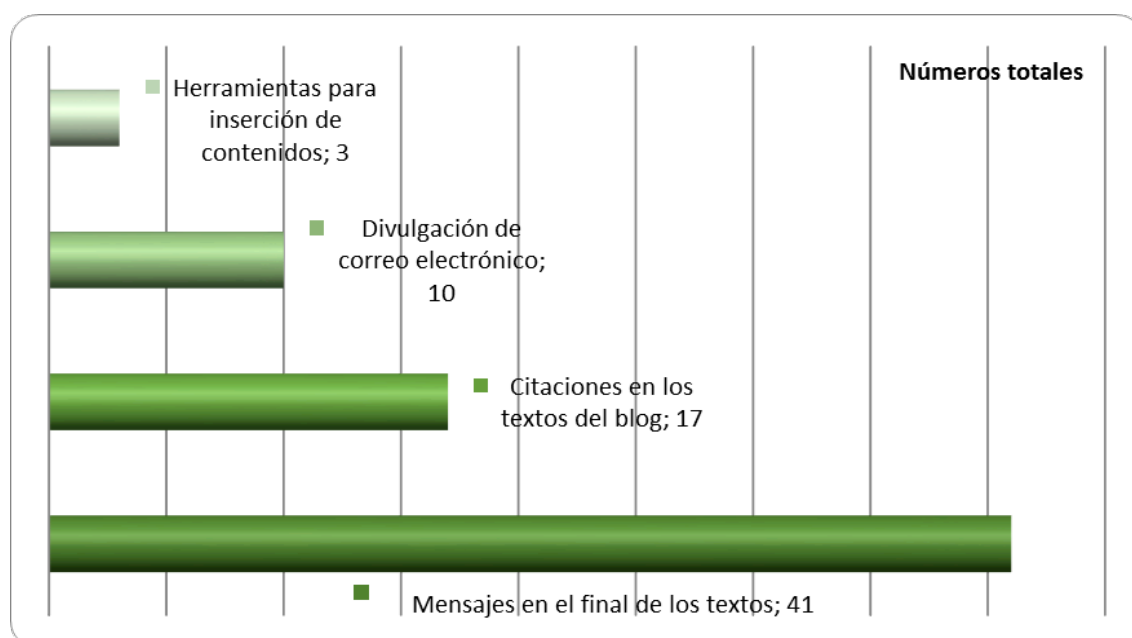
Diferente de outros meios, nos blogs se busca que a interação se mantenha “transparente” ou, em outras palavras, acessível a qualquer um no espaço em que todos podem interagir. Esta maneira de dialogar se torna especialmente interessante porque propicia, ao mesmo tempo, que mais pessoas possam participar de um debate e também que não existem muitas oportunidades de intercâmbio de informações verdadeiramente pessoais. Mas é importante observar que costuma ser frequente entre os blogueiros a prática da moderação dos comentários em relação aos seus textos.

Assim, cada diálogo se estabelece com a consciência que o coletivo poderá conhecer seus conteúdos e influenciar neles. Ainda que esta pareça ser a regra dos espaços comunicativos das páginas pessoais na internet, um de cada quatro dos autores destas páginas possibilita que seus leitores possam utilizar-se também de um meio mais “privado” para o diálogo, como pode ser considerado o correio eletrônico.

Em poucas ocasiões, exatamente em apenas três dos 41 blogs estudados, seus autores possibilitaram que os próprios internautas utilizem ferramentas de inserção de conteúdos.

Este dado evidencia também o forte caráter autoral dos blogs, aonde interessa menos a criação coletiva e mais a exposição das identidades e conteúdos do autor que possibilita, geralmente, apenas uma forma de interação por parte de seus interlocutores – a da exposição “pública” de suas opiniões por meio de comentários publicados no final dos posts. No gráfico a seguir é possível conferir quais são os canais mais utilizados nos blogs estudados neste projeto:

**Figura 4.28. Tipo de espaços/canais para a interação**



Os blogs que colocaram à disposição dos internautas ao menos três dos recursos citados para os seus leitores foram as páginas pessoais “El Pachinko”, “Morgan’s Bloggin’XP”, “Ikusuki”, “Destellos desde Eonir”, “Enjoy the Silence” e “Foxblog”. Nenhum dos blogs estudados, contudo, oferece para os seus leitores as quatro possibilidades de interação listadas.

Quatro das páginas pessoais citados trabalham simultaneamente com os recursos de “mensagens no final dos textos”, “citações nos textos do blog” e “divulgação de correio eletrônico”. Em dois destes blogs o canal “divulgação de correio eletrônico” foi substituído por “ferramentas para inserção de conteúdos”.

Interessante observar, no caso destes seis blogs aonde existem mais espaços e canais para a interação, que em apenas um deles foi possível identificar um número maior de comentários dos internautas na página web.

Em outras palavras, apenas no blog de “Ikusuki” é possível identificar números maiores de comentários entre os distintos canais disponíveis para a interação. Nas demais páginas pessoais é possível identificar o predomínio de respostas dos internautas que giram sempre na quantidade de uma a 10 respostas – a primeira categoria desta variável.

Com isso, concluímos que não existe uma relação direta entre uma maior quantidade de recursos disponíveis para a interação com uma efetiva maior participação dos internautas nos espaços dos blogs.

A citação de comentários de internautas nos textos dos blogueiros, a disponibilidade de um correio eletrônico de contato com o autor dos conteúdos ou a disponibilidade de ferramentas de inserção de conteúdos por parte dos internautas não influenciam em uma maior publicação de comentários por parte dos públicos que acessam as páginas web pessoais. Quem sabe porque os internautas também não estão, ainda, acostumados a participar de outra maneira que não pela publicação de mensagens no final dos textos.

#### **4.7. A existência de “uma rede” de contatos e de links para outros blogs divulgados pelo blogueiro**

Antes estudamos o tipo de links que os autores das páginas pessoais publicaram em seus respectivos blogs – quando fazem isso. Mas além de estudar o tipo, nos interessa saber a respeito de uma variável específica: a que se refere especificamente aos links direcionados para outras páginas pessoais.

Alguns dos blogs mais “populares” – considerando, para isto, o número de comentários que costumam receber em cada um de seus novos posts – são também os que recebem mais links de outros blogueiros. O que lhes converteriam em páginas pessoais com maior “credibilidade” ou, ao menos, maior “visibilidade” na blogosfera.

Como era esperado e foi comentado anteriormente, o blog mais linkado pelos autores das páginas pessoais foi o de Kirai.net, ou seja, o blog solar de nosso estudo de caso. Com esta informação, a página web de Héctor García se confirma como a que recebe mais leitores e para a qual mais pessoas são “enviadas” por meio das recomendações de outros blogueiros.

A lógica de sites que medem a popularidade na internet, como Technorati, demonstra assim a sua eficácia – no final de contas, quanto mais links um determinado autor na blogosfera recebe, maior a probabilidade desta pessoa ser mais conhecida e reconhecida neste espaço virtual, ou seja, mais influente.

Depois do blog solar, a página pessoal mais linkada é a de “Escucha Japonês”, considerada uma referência para as pessoas que falam espanhol que desejam aprender o idioma e que defendem o desejo de saber um pouco mais sobre a vida e os costumes do país nipônico.

Das 41 páginas pessoais estudadas, apenas 10 aparecem linkadas por algum dos outros autores que fazem parte deste estudo. Em outras palavras, e reforçando o que se havia dito anteriormente ainda que seja possível chegar a estas e outras páginas pessoais através da publicação de comentários em uma ou mais páginas pessoais, poucos são os blogs que oficialmente ou, efetivamente, aparecem compondo uma rede de interação na internet.

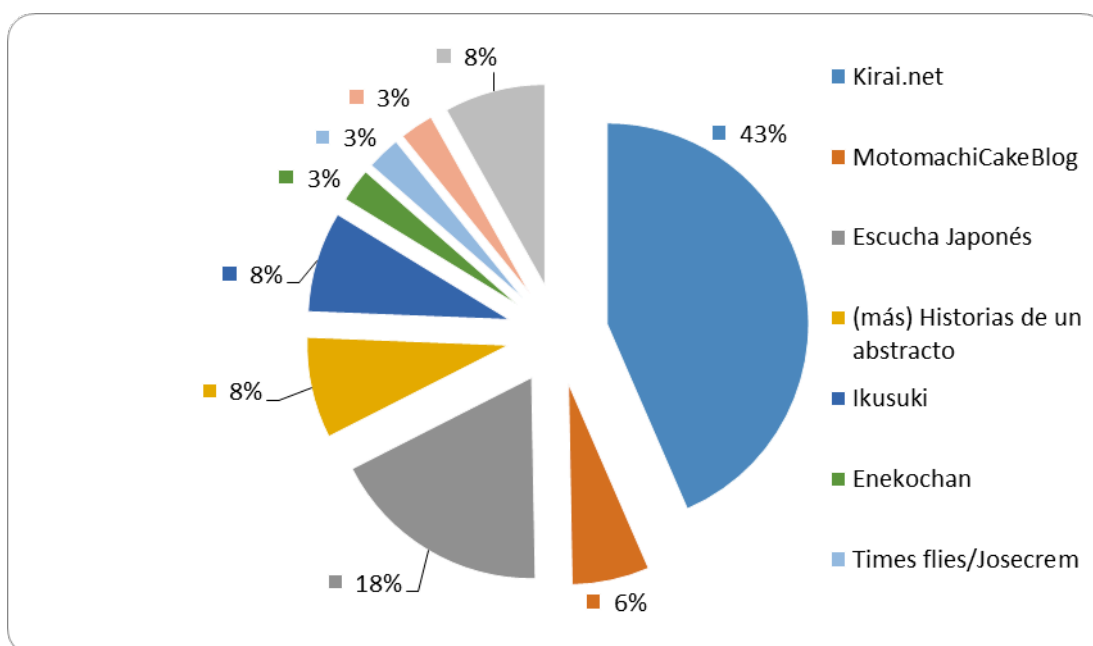
Isso é o mesmo que dizer que o intercâmbio de informações, gostos e visitas entre distintos blogueiros não chega a se solidificar por meio de uma rede de links e de recomendações, e sim elas deixam fios condutores de interação que são acessíveis para aqueles que se fixam nos intercâmbios propostos por meio de comentários nos posts.
---

Desta maneira, é possível afirmar que a rede de comunicação que se forma ao redor das páginas pessoais não incentiva o intercâmbio de visitas ou de dados periódicos entre os autores.

Esta rede é composta, desta forma, em sua maioria, por fios de conexões quase invisíveis ou, ao menos, pouco visíveis. Apenas pessoas interessadas em acompanhar os distintos produtores de conteúdos e cada um de seus interlocutores podem perceber possíveis relações de fundo – porque nem todos os autores deixam estas relações visíveis.



**Figura 4.29. Relação dos blogs mais citados pelos blogueiros**



Com o objetivo de aprofundar a análise das relações estabelecidas ao redor dos blogs pessoais, produzimos o cruzamento das variáveis que identificam algumas das características pessoais básicas dos produtores de conteúdos com aquelas que identificam os blogueiros recomendados pelos autores estudados.

Através deste cruzamento de dados, buscamos correspondências ou distinções entre os diferentes nós que formam a rede de comunicação estabelecida entre os autores das páginas web pessoais estudadas.

Como foi comentado antes, o blog solar de Kirai.net, por exemplo, recomenda apenas a página pessoal de “MotomachiCakeBlog” para os seus leitores. Ainda que Héctor García publique um perfil em seu blog que oferece para os internautas informações básicas de sua pessoa, como costuma ser os dados sobre o gênero, a idade e o rol social, o mesmo não se pode dizer do blog por ele recomendado.

“MotomachiCakeBlog” não deixa claro, na seção de perfil do blog, quem é o autor dos textos – ainda que as pessoas que acompanham a página web podem descobrir esta informação. Mas não existe um perfil que, diferente do blog de Kirai.net, deixe claro o gênero, a idade e o rol social de seus autores.

Um leitor que visite este blog uma única vez e tente saber as informações básicas de seus autores por meio do perfil estabelecido na página pessoal saberá que ela é uma página criada por um casal que vive em Japão e pouco mais que isso.

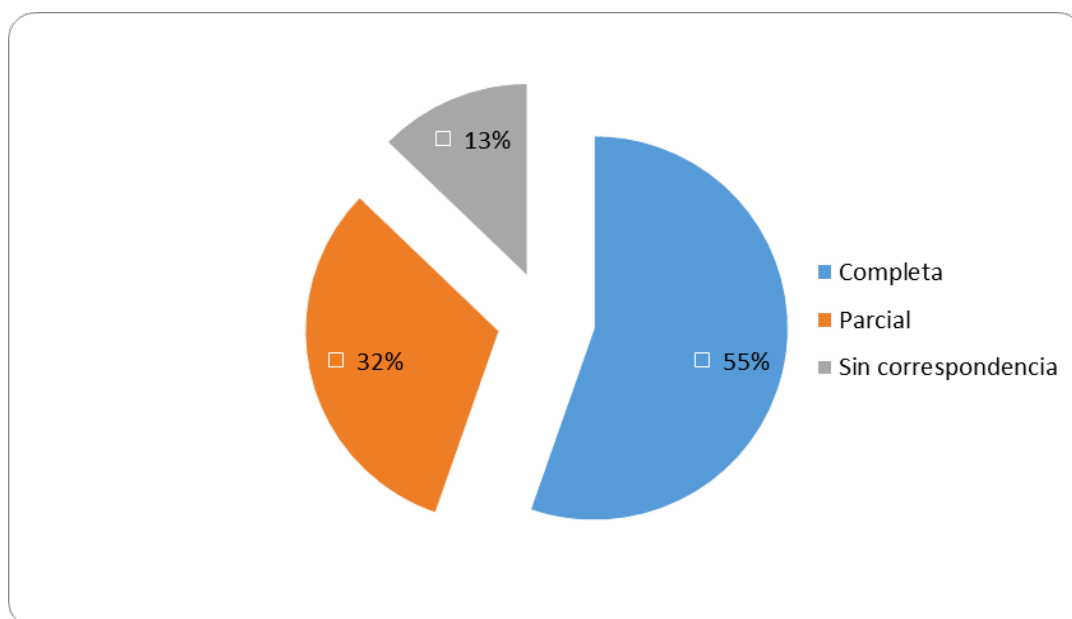
Por isso é revelador perceber que existe uma correspondência entre muitas das características pessoais dos distintos autores das páginas pessoais que acabam por formar a rede de comunicação que gravita ao redor de um blog solar.

A análise dos 24 blogs que apresentam links para outras páginas pessoais na web apontou para um total de 47 indicações de páginas pessoais. Deste total, foi identificada a correspondência exata entre os gêneros dos autores em 26 ocasiões.

Este número é ampliado para outras 15 correspondências quando temos em conta as páginas pessoas que tem dois autores identificados – geralmente um homem e uma mulher – e que, por sua vez, indicam ou são indicadas por autores de um dos dois gêneros.

Isso é o mesmo que dizer que apenas em seis ocasiões um determinado autor ou autora de blog não indicou um produtor de conteúdo que não seja de seu mesmo gênero. O gráfico a seguir representa esta correspondência:

**Figura 4.30. Correspondência de gênero entre indicações de blogueiros**



Importante lembrar, com este cruzamento de variáveis específico, que existe uma predominância na publicação de páginas na internet feita pelos homens. Apenas cinco das 24 páginas satélites estudadas e que mantêm links para outras páginas pessoais e nenhuma das 47 indicadas pelos blogueiros em suas páginas pessoais são mantidas exclusivamente por mulheres.

Este dado é especialmente interessante porque revela que inclusive as autoras de páginas pessoais não procuram indicar outras mulheres que produzem conteúdos, preferindo, por outro lado, recomendar para seus leitores, páginas web mantidas por homens ou casais. Esta prática ajuda para que exista menos audiência ou um menor conhecimento de páginas produzidas por mulheres na internet.

Quando se produz o cruzamento da variável referente a idade dos blogueiros, é possível perceber que existe uma correspondência entre os níveis de idade do blogueiro que indica e aquele que é indicado em seis ocasiões – de um total de 47 possíveis.

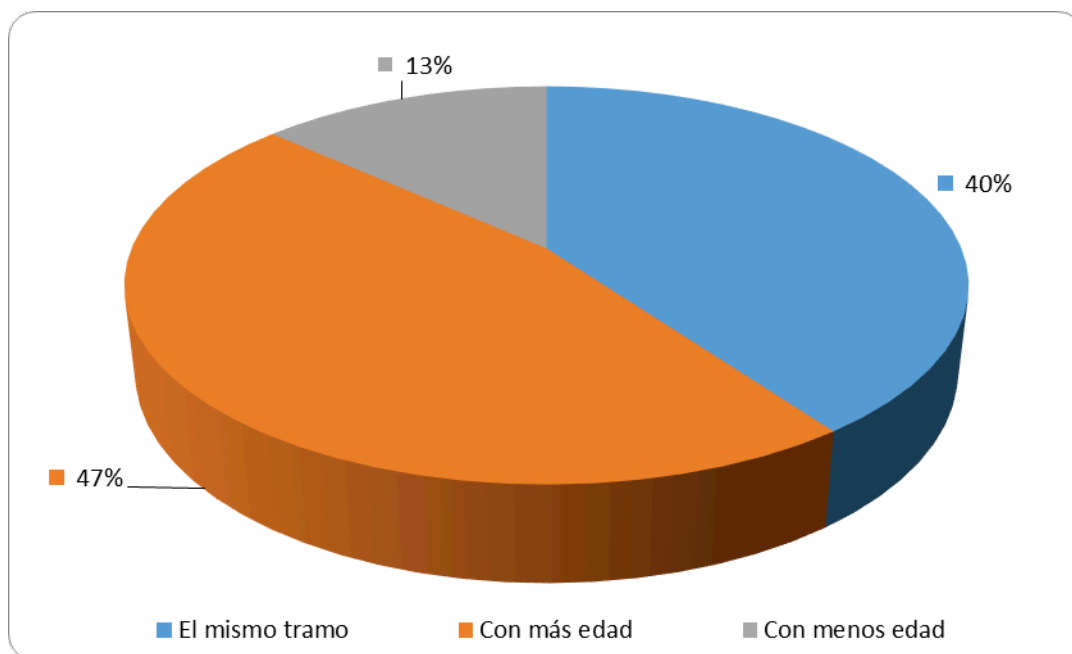
Ainda que seja importante observar que em 32 ocasiões não é possível estabelecer a semelhança de níveis de idade, seja porque o autor do blog estudado não apresenta este dado, seja porque o blog que o autor da página está indicando não deixa claro para os seus leitores a idade de quem mantém o blog.

Em resumo, no que se refere a comparação entre as idades do blogueiro estudado e dos autores que são indicados por ele, é possível estabelecer uma relação em apenas 15 ocasiões. Deste total, em seis indicações existe correspondência entre as idades de uns e de outros.

Das nove ocasiões em que as idades dos distintos autores não apresentam correspondência, em sete delas os blogueiros indicados apresentam uma idade superior ao do autor que está publicando o link que recomenda a visita de seus leitores para a outra página pessoal.

No gráfico a seguir é possível visualizar o tipo de correspondências em relação as idades dos autores das páginas pessoais:

**Figura 4.31. Correspondência das idades dos blogueiros e dos autores por eles indicados**



Finalmente, a respeito do rol social dos autores que indicam e que foram indicados por outros blogueiros, é possível observar uma baixa correspondência entre as profissões desempenhadas pelos diferentes autores dos blogs. Esta correspondência é observada em apenas oito das 25 ocasiões possíveis para este dado ser comparado – ou seja, quando o rol social dos autores foi informado por eles.

A baixa correspondência entre os diferentes autores dos blogs que formam a rede de comunicação ao redor das páginas pessoais no que se refere a dois dos três critérios de identidade considerados básicos – idade e rol social – comprova que estes “valores” perdem importância nas relações estabelecidas na internet.

Diferente do espaço de interações sociais tradicional, aonde as pessoas se relacionam diretamente e sem o intercâmbio do computador, quando se observa a formação de grupos baseados em gênero, faixas etárias e profissões, no âmbito da internet os últimos dois elementos perdem importância.

Assim sendo, é possível afirmar que a rede de relações estabelecida por meio da publicação de blogs é baseada, essencialmente, em elementos de identidade pessoal e de sentimentos de pertencimento a grupos e coletivos baseados em conceitos líquidos.

Isso é o mesmo que dizer que as relações entre os blogueiros é estabelecida, essencialmente, por seus gostos pessoais, hobbies, assuntos de interesse, manifestações de satisfação com a vida pessoal e elementos similares, muito mais do que por uma correspondência de idade ou o rol social – dois dos elementos que tradicionalmente servem para a formação de grupos e coletivos nos âmbitos de relação e interação social.

#### **4.8. O atrativo das histórias pessoais para a formação de um grupo de leitores**

Quando falamos em páginas pessoais, a primeira característica que parece evidente a respeito destes espaços em internet é que eles são produtos comunicativos com uma forte carga de elementos de identidade.

O estudo dos 41 blogs que fazem parte desta investigação revelou, contudo, que não são todas as páginas pessoais que apresentam um alto ou ao menos um médio nível de personalização dos conteúdos, ou seja, nem todas as páginas apresentam textos nos quais os seus atores se expõe de maneira mais relevante.

Tão significativo quanto saber a frequência com que os autores produzem conteúdos pessoais é descobrir que temas são tratados nos blogs. O cruzamento das variáveis que compreendem o tema do texto publicado e o nível de personalização dos conteúdos tornam um pouco mais clara a dependência e/ou a independência dos temas em relação a prática de escrever conteúdos mais ou menos pessoais.

Primeiro, analisamos os 558 textos dos 41 blogueiros estudados que apresentam um alto nível de personalização. Buscamos, em cada um dos três temas identificados em cada post descobrir que assuntos são mais frequentes nas publicações que apresentam uma maior exposição de seus autores.

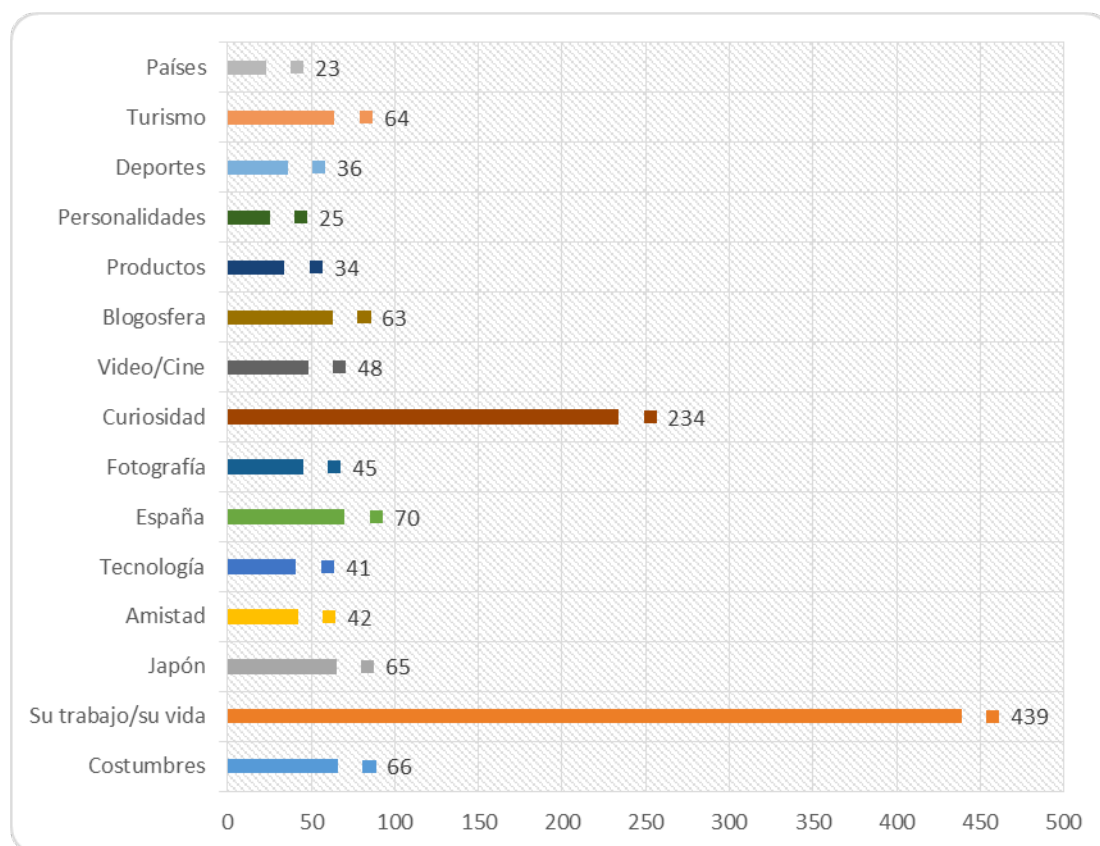
Depois, produzimos a análise dos temas mais utilizados no outro extremo, ou seja, nas 483 publicações que se caracterizaram por ter nenhuma carga pessoal – em outras palavras, publicações impessoais, que apenas evidenciam determinado fato sem a manifestação de opiniões ou, o que é ainda mais comum, simplesmente reproduzem conteúdos alheios ou divulgam produtos ou conteúdos que não revelam características do autor da página pessoal estudada.

<p>Estudando os textos que apresentam um alto nível de personalização, foi possível perceber uma predominância de conteúdos que tratam da vida pessoal dos autores, classificado como o tema “seu trabalho/sua vida”. Este tema apareceu em 439 ocasiões, um número expressivo se levamos em conta que a maioria dos temas aparece, como muito, entre 20 e 60 vezes.</p>
--

Em seguida, o tema mais abordado pelos blogueiros é o de “curiosidade”, que aparece em 234 ocasiões. Este tema revela aspectos que não são usuais em relação aos outros dois assuntos mais relevantes que identificam o tema do post.

Se aparece ao lado de “seu trabalho/sua vida”, por exemplo, o tema “curiosidade” revela que o autor do texto destacou algum aspecto fora do comum de sua vida cotidiana, seja ele ligado a suas rotinas de trabalho ou a sua vida pessoal. Na figura seguinte é possível visualizar os temas mais presentes nos posts que apresentaram uma maior quantidade de elementos de identidade:

**Figura 4.32. Temas dos textos mais pessoais escritos pelos blogueiros**



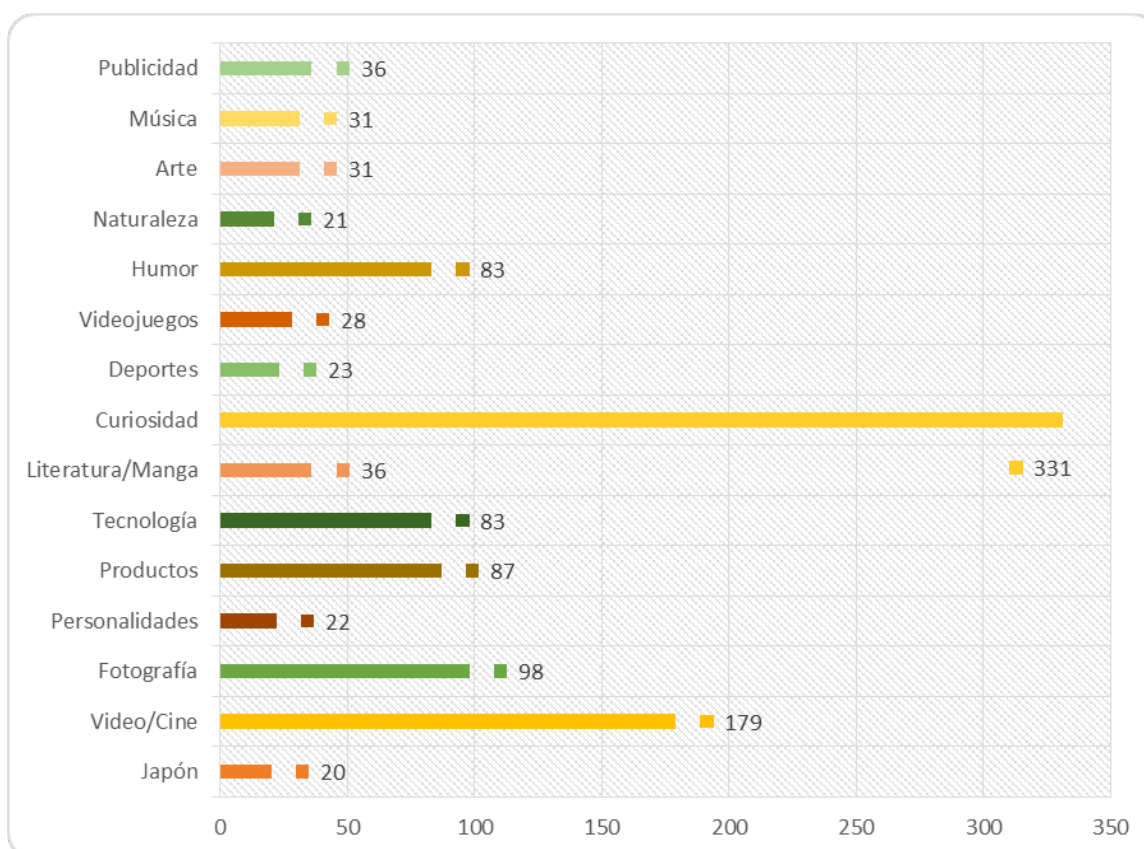
No gráfico anterior, destacamos os 15 temas que aparecem com maior frequência nos textos com um nível alto de personalização apresentado pelos blogueiros. É curioso perceber que existe um conjunto de assuntos que, por si mesmos, seriam frequentemente encontrados em textos pessoais, como os comentados anteriormente “seu trabalho/sua vida”, além de “amizade” e “costumes”.

A maior parte desta lista ganha uma característica pessoal só porque estes elementos foram utilizados desta forma pelos autores dos blogs, ou seja, por si mesmos estes temas não apresentariam características predominantemente pessoais. São exemplo desta evolução temas como “países”, “esportes”, “produtos”, “vídeo/cinema”, “tecnologia”, entre outros.

Buscamos o outro extremo da exposição de identidades – ou melhor, da falta de exposição – dos autores dos blogs para avaliar os temas que são mais frequentes nos textos que não apresentam nenhuma carga pessoal de seus autores.

Como dito anteriormente, grande parte destas publicações é composta por conteúdos alheios, como vídeos publicados por terceiros em canais como o serviço YouTube ou textos produzidos por outras publicações na internet ou blogs. No gráfico seguinte estão plasmados os temas mais facilmente encontrados no post sem nenhuma carga de manifestação de identidade:

**Figura 4.33. Temas dos textos menos pessoais publicados pelos blogueiros**



Os temas mais presentes nos posts com nenhuma carga pessoal de seus autores são os que apresentam aspectos de “curiosidade” e os que expõe e/ou se referem ao tema de “vídeo/cinema”. Ainda que “curiosidade” esteja presente entre os dois extremos de textos mais e também nada pessoais, é necessário diferenciar a forma com que o tema se apresenta em cada cenário.

Casado com o tema “vídeo/cinema”, o de “curiosidade” nos posts nada pessoais revela, geralmente, a publicação de vídeos importados de serviços na internet como YouTube sem, na maioria dos casos, trazer qualquer comentário do autor do texto.



São apenas vídeos curiosos selecionados pelos blogueiros que, no melhor dos casos, revelam um gosto pessoal musical ou de humor do autor, mas que não trazem comentários ou manifestações de identidade explícitas que possam tornar esta característica evidente.

É curioso perceber que outros quatro temas surgem quase com o mesmo número de manifestações em terceiro lugar: “fotografia”, “produtos”, “tecnologia” e “humor”. Esses assuntos, normalmente linkados com os temas “curiosidade” e/ou “vídeo/cine” revelam o interesse dos autores, ainda sem a exposição de avaliações pessoais dos mesmos.

Comparando os 15 temas mais frequentes nos posts com maior e com nenhuma carga pessoal, é possível perceber algumas coincidências e distinções. Para começar, oito temas aparecem nestes dois extremos: “esportes”, “personalidades”, “produtos”, “vídeo/cinema”, “curiosidade”, “fotografia”, “tecnologia” e “Japão”.

Mas destes temas, apenas “curiosidade” aparece nas primeiras posições entre os assuntos abordados com maior frequência pelos blogueiros quando eles publicam textos mais ou nada pessoais. Como um coringa, o tema que revela algum aspecto curioso pode ser utilizado tanto para falar de assuntos da vida diária do blogueiro, de relações pessoais do autor, como para reforçar alguma publicação de vídeo, imagem ou texto alheio a vida do blogueiro – mas que o autor decidiu destacar em sua página pessoal.

Os cinco temas que aparecem mais vezes nos textos mais pessoais, exceto o de “curiosidade”, são: “seu trabalho/sua vida”, “Espanha”, “costumes”, “Japão” e “turismo”. Destes temas, nenhum se repete na lista dos cinco temas que mais aparecem nas publicações nada pessoais (recordando que, exceto por “curiosidade”, os cinco principais temas nestes posts foram “vídeo/cine”, “fotografia”, “produtos”, “tecnologia” e “humor”).

Estes dados comprovam que é possível estabelecer uma relação entre textos mais pessoais e a eleição dos assuntos abordados pelos seus autores. Textos que trazem uma carga maior de identidade do blogueiro tratam de temas que as entradas sem esta carga de identidade não costumam abordar.
--

Esta tendência faz refletir sobre que tipo de temas dominariam o cenário da blogosfera se, por acaso, as páginas pessoais fossem essencialmente baseadas em uma carga de manifestação de identidades ainda maior que aquela registrada quando da análise de conteúdo deste estudo. Alguns temas, neste cenário hipotético, ficariam fora da comunicação estabelecida nestes espaços ou mudaria a forma com que temas “menos pessoais” seriam tratados pelos distintos autores dos blogs?

Os primeiros dados analisados neste estudo de caso apontam para a direção de que alguns temas passariam a ser ignorados pelos distintos nichos que se formariam ao redor das páginas pessoais.

Assim, um grupo de blogueiros que falasse essencialmente de sua vida e de seus gostos pessoais, trataria de temas relevantes para o seu trabalho e de assuntos de interesse de sua vida particular, mas ignorariam outros temas relevantes.

Com isto, a comunicação pública na internet por meio das páginas pessoais estabeleceria nichos com temáticas e discursos muito segmentados, seguindo uma linha de comunicação quase especializada.

Nestes contextos e nichos, uma variedade considerável de temas seria ignorada. Especialmente aqueles temas que fazem referência a aspectos das identidades pessoais e dos sentimentos de pertencimento mais complexos, como podem ser os que fazem referência à territorialidade, às crenças religiosas, às posturas políticas ou partidárias, à noção de raça e/ou etnia, entre outros temas que, pelo que foi analisado nos blogs estudados, perdem espaço para questões de identidade mais “líquidas” /fluídas.

Importante observar também a predominância do tema da “curiosidade”. Este aspecto ressalta o valor conferido pelos autores das páginas pessoais para aspectos que sejam novos, fora do comum ou diferenciados dos assuntos de interesse que eles costumam comentar, ou seja, revela a força da cultura “do espetáculo”, da mudança cada vez mais frequente de informações sobre questões pouco relevantes e que segue dominando os meios tradicionais e que parece se perpetuar nos espaços virtuais criados coletivamente.

Assim, interessa muito mais para os blogueiros descobrir assuntos curiosos ou aspectos diferenciados da vida cotidiana que possam despertar o interesse de suas “audiências” do que abordar temas profundos, questões de identidade que podem mostrar-se mais relevantes para a compreensão da realidade que o blogueiro para as pessoas que leem a sua página. Informações também que podem ser mais importantes para a adaptação e/ou mudança de ditas realidades quando estas acabam por ser vistas como não mais importantes para o desenvolvimento individual ou que fazem sentido para o autor.

Neste ponto de análise, nos interessa também saber se existe alguma relação entre textos mais pessoais, que apresentam uma exposição maior de seus autores, com uma maior frequência de comentários dos internautas com respostas a estes textos. Para averiguar isso, fizemos o cruzamento das variáveis “nível de personalização do texto publicado” e “número de comentários de internautas publicados no post analisado”.

Estudando os textos que apresentam o maior número de comentários por parte dos internautas, mais especificamente os posts que apresentam mais de 51 comentários, foi possível confirmar o que se havia concluído antes, com outro cruzamento de variáveis: que não existe uma relação direta entre publicações com um maior nível de personalização e uma maior participação dos internautas por meio de comentários.

Importante observar que 93 dos 96 textos que apresentam uma participação tão grande de internautas por meio de manifestações de opinião foi registrado no blog solar de Kirai.net.

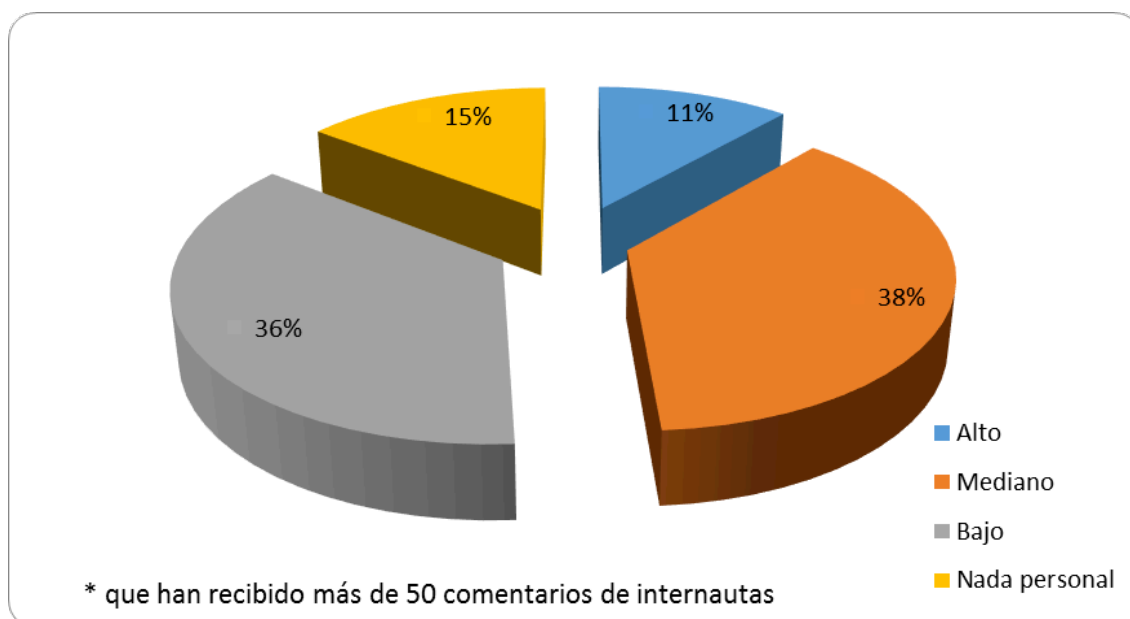
Este dado é significativo na medida em que o blog de Héctor García apresenta, como foi dito anteriormente em outras partes desta tese, uma frequência de comentários de internautas significativa e que percebemos que isto se configura independentemente dos temas ou da quantidade de elementos de identidade que o seu autor expõe em seus textos no blog pessoal.

A expressiva participação de internautas na página de Kirai.net tem uma relação muito maior com a exposição do blog na internet e nos meios de comunicação, a sua presença como blog indicado em indexadores e rankings na internet, assim como entre as páginas recomendadas por outros blogueiros do que com a carga de identidade manifestada pelo autor da página pessoal.

Descontando o blog de Kirai.net, apenas três textos de três blogueiros diferentes apresentam um número de mais de 51 comentários de internautas em cada publicação destas. Curioso perceber que, mesmo em páginas menos expostas ao grande público como parecem ser estas dos blogs satélites, que também não existe uma correspondência entre textos mais pessoais e um maior número de participação dos internautas.

É possível afirmar isso porque dois dos textos que apresentam mais de 51 comentários apresentam um nível de personalização baixo, e apenas um dos três apresenta um nível alto. O gráfico a seguir demonstra a correspondência entre os textos mais comentados e o nível de personalização dos conteúdos publicados por eles:

**Figura 4.34. Nível de personalização dos textos mais comentados**



A maior parte dos textos – 51% do total, para ser precisa – apresenta um nível de personalização nulo ou baixo, o que evidencia que os internautas não buscam, necessariamente, textos mais pessoais para manifestar suas opiniões e/ou evidenciar suas próprias características pessoais, sentimentos de pertencimento com grupos e demais manifestações.

Os internautas, desta forma, não necessitam de um “incentivo” prévio ou, em outras palavras, de uma maior exposição dos autores das páginas pessoais para que eles próprios, frequentadores dos blogs, se sintam “em casa” para revelar as suas opiniões.

As manifestações de opinião e de identidades por parte dos internautas como respostas aos conteúdos dos blogs independem, desta forma, como foi dito antes, da manifestação dos autores das páginas pessoais. As expressões pessoais de quem visita os blogs tem uma relação muito mais direta com o interesse que eles têm por determinados assuntos abordados nestas páginas pessoais na internet.

Importante observar, também, que existe uma grande proximidade entre a quantidade de comentários com nível de personalização mediano e baixo em relação aos textos com maior participação dos internautas.

Estes dados apontam para uma tendência de comportamento das pessoas que comentam nos blogs que é a delas se manterem em um nível de exposição mediana,

ou seja, dificilmente estas pessoas produzem conteúdos nos quais existe uma forte exposição de suas opiniões.

Estas pessoas seguem, assim, uma prática dos próprios produtores de conteúdos, que também tem a tendência de escrever textos com uma carga mediana ou baixa de exposição mais do que um expressivo número de conteúdos que tenham uma alta quantidade de elementos de identidade.

## Capítulo 5

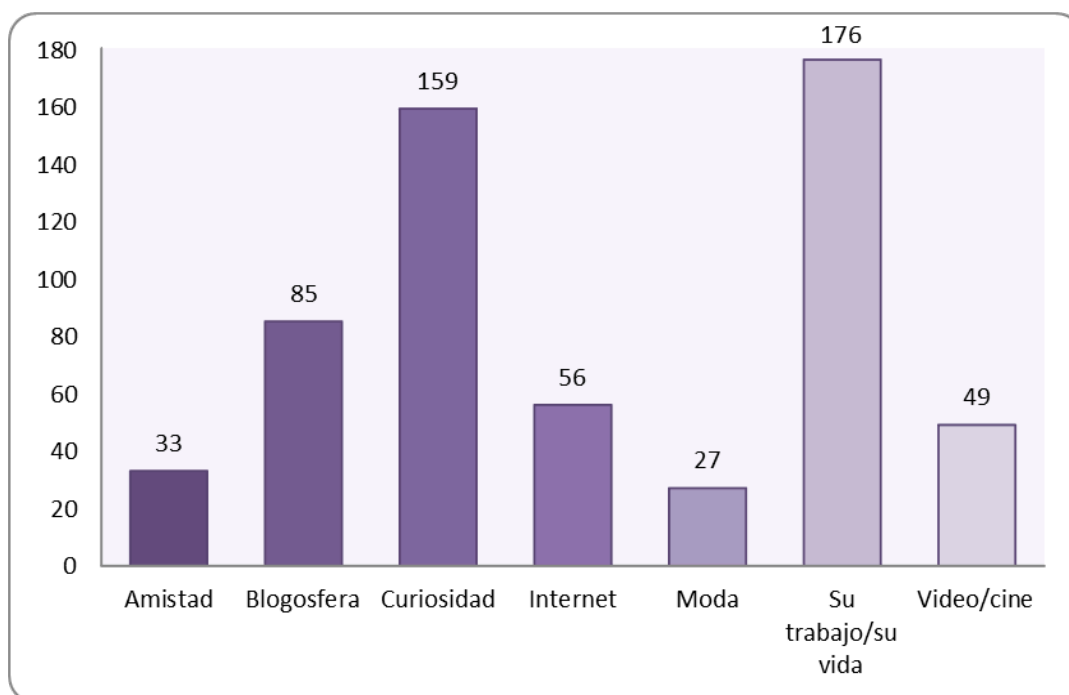
### A relação entre elementos de identidade do blogueiro, a interatividade e a exposição de conteúdos

Dados da identidade pessoal do blogueiro, como o seu gênero e rol social, podem influenciar na eleição dos temas escolhidos para as páginas pessoais estudadas. Para aprofundar neste entendimento, cruzamos as variáveis “gênero do autor principal do blog” e a relacionada aos “temas dos textos publicados”.

Nas páginas pessoais mantidas por mulheres, que somam seis dos 41 blogs estudados, foi possível perceber uma maior presença de sete temas entre os discursos das autoras.

O tema da “curiosidade” é um dos de maior destaque, mas o primeiro na lista com o maior número de ocorrências é o que expõe informações sobre o trabalho e o da vida das blogueiras. Assuntos como a blogosfera, internet, amizade e moda também se destacam entre os temas mais abordados pelas mulheres, como se pode observar no gráfico a seguir:

**Figura 5.1. Temas mais usuais entre as mulheres**



Pelo que foi possível observar na figura anterior, é possível observar também que os acontecimentos da vida das autoras dos blogs ganham protagonismo nas publicações das páginas pessoais que elas mantêm ativas e disponíveis na internet. Em seguida aparece o tema de “curiosidade” que, normalmente, reforça um tema principal.

Ou seja, a curiosidade costuma ser um aspecto inusitado da vida da autora da página pessoal, ou alguma informação que pode ser interessante para os leitores dos conteúdos, mas sempre em referência a algum outro tema que assume o protagonismo.

O próprio tema da blogosfera aparece em terceiro lugar entre os assuntos mais abordados pelas mulheres. Isso se deve a uma característica comum entre muitas das autoras das páginas web, que é a frequência com que elas comentam o entorno dos blogs, as interações que acabam sendo produzidas depois da publicação dos conteúdos ou quando elas encontram pessoas com gostos em comum na rede mundial de computadores.

Algumas das autoras que integram esta investigação apresentaram também o costume de fazer o intercâmbio de links com outros blogs com a intenção de reforçar a publicidade de suas próprias páginas na blogosfera.

Os temas “internet” e “vídeo/cine”, que aparecem na sequência entre os mais utilizados pelas blogueiras, costumam apresentar um nível de personalização baixo, especialmente porque surgem como complementários de temas mais determinantes.

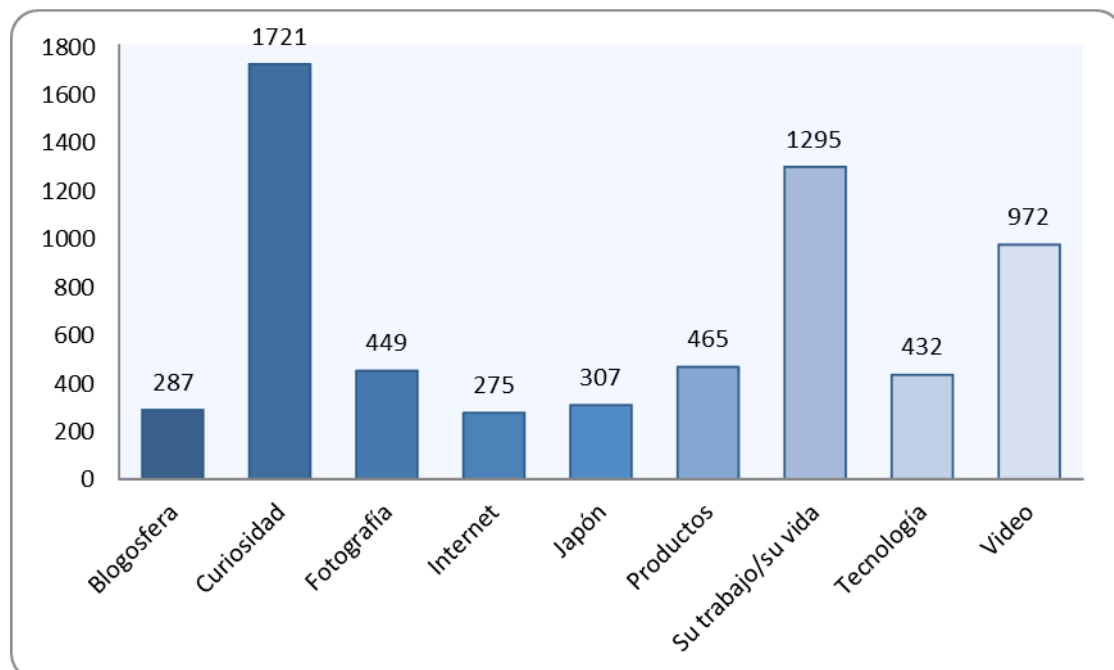
Estes temas normalmente divulgam publicações feitas por outros que estão disponíveis na internet e que acabam sendo recomendadas pelas blogueiras.

Os dois últimos temas mais presentes nos blogs mantidos pelas mulheres revelam, contudo, um pouco mais sobre a característica destas páginas. “Amizade” e “moda” se apresentam como assuntos diferenciados das mulheres em relação aqueles que costumam ser publicados pelos homens.

As autoras, assim, costumam falar mais de suas próprias vidas, em primeiro lugar e, fora os temas auxiliares/complementários a outros mais relevantes, como costumam ser os de “curiosidade”, “internet”, “vídeo/cine”, elas têm por costume tratar de assuntos como a amizade e a moda, diferente dos homens, que são a maioria dos autores de páginas pessoais na web.

Para nos aproximarmos mais da compreensão dos temas distintos conforme o gênero, vamos analisar os assuntos mais comuns entre os homens no gráfico a seguir:

**Figura 5.2. Temas mais comuns entre os homens**





Como no caso das mulheres, os homens também têm os temas “curiosidade” e “seu trabalho/sua vida” como os mais utilizados. A distinção entre homens e mulheres é a inversão destes temas na preferência de cada um deles.

Como se viu antes, as mulheres tratam as situações vividas no cotidiano como o tema predominante, enquanto que os homens tratam este tema no segundo lugar, atrás do tema “curiosidade” – que costuma acompanhar algum outro tema mais significativo.

Se comparados apenas os sete temas mais frequentes entre os textos produzidos por homens e mulheres, além dos dois já destacados, apenas o de “vídeo/cine” aparece em comum entre os dois gêneros.

Quatro outros temas predominam entre os homens: “produtos”, “fotografia”, “tecnologia” e “Japão”. Além destes, que não encontram correspondência entre as mulheres, os temas seguintes que mais aparecem nos textos produzidos pelos homens, “blogosfera” e “internet” também são frequentes nos discursos das produtoras de conteúdo do gênero feminino.

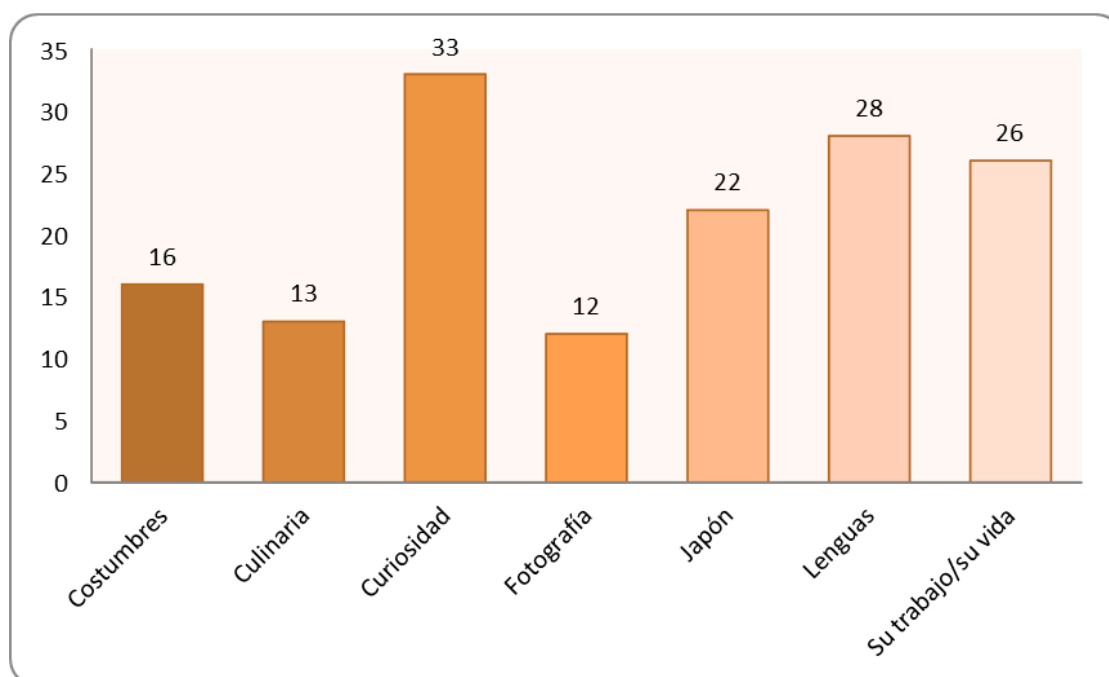
Com este comparativo, é possível afirmar o seguinte:

Existem alguns temas que aparecem com mais frequência nos blogs independente dos gêneros dos autores. Textos que possam trazer informações curiosas sobre assuntos do cotidiano, especialmente da vida e do trabalho de seus autores, assim como conteúdos que ressaltem aspectos do próprio âmbito da blogosfera ou da internet costumam ser os mais comuns entre os distintos autores.

A partir destes tópicos, outros temas ressaltados por homens e mulheres acabam sendo característicos destes gêneros como, no caso do primeiro público, assuntos como tecnologia, fotografia e produtos interessantes destes segmentos ou de outros; e no caso das mulheres, de temas como moda e o entorno de amizades que elas cultivam.

Dos blogs analisados que tem um casal identificado como produtor dos conteúdos, novamente é possível identificar temas recorrentes entre os blogueiros nas páginas pessoais, assim como assuntos diferentes dos blogs mantidos por apenas um dos gêneros. No gráfico a seguir é possível visualizar os temas mais comuns nos blogs produzidos por casais:

**Figura 5.3. Temas mais comuns para os casais**



A exemplo dos blogs mantidos apenas por homens ou apenas por mulheres, as páginas atualizadas por casais também apresentam temas como “curiosidade” e “seu trabalho/sua vida” como os mais usuais. O assunto “línguas”, que se relaciona com o idioma, aparece aqui devido à característica de um dos blogs estudados.

*Escucha Japonés* é um blog especializado no ensino do japonês para quem fala espanhol, por isso o tema, pouco presente entre os mais abordados na maioria das páginas pessoais, aparece nesta ocasião em destaque.

Exceto pelo tema “línguas”, os outros seis temas mais frequentes nas páginas mantidas por casais podem ser observados nos blogs mantidos por apenas um dos gêneros. Ainda assim, é curioso observar que, se comparados apenas os sete temas mais presentes em umas páginas e outras, existe uma correspondência maior entre os temas dos blogs dos casais com aqueles mantidos apenas por homens.

Cinco dos temas mais abordados por homens que produzem páginas pessoais estão presentes também nos blogs dos casais, enquanto apenas dois dos preferidos pelas mulheres se repetem nos blogs publicados por homens e mulheres.

Uma possível explicação para isto é que, mesmo que identificados como blogs de casais, os blogs estudados como tais são, na verdade, atualizados com uma maior frequência pelos homens do casal. E eles mantêm a tendência de seu gênero, ou seja, além dos assuntos pessoais de seu cotidiano, têm por hábito comentar costumes da

cultura em que estão imersos, assim como destacar peculiaridades do Japão – local em que muitos deles vivem ou gostariam de viver – ou da fotografia, por exemplo.

É curioso, contudo, como assuntos presentes nos blogs específicos de cada gênero, como costumam ser os de “internet” e “blogosfera”, quase não aparecem nas páginas mantidas pelos casais. A conclusão é que a presença das mulheres, ainda com uma determinação menor no que tange a publicação em ditos blogs de casais, acaba por equilibrar os temas presentes e por destacar, também, assuntos em comum e que não passam tanto pela preocupação do entorno com a própria ferramenta comunicativa, ou seja, com a blogosfera.

Dos elementos básicos de identidade dos autores dos blogs, é significativo analisar quanto o rol social dos blogueiros pode influenciar para a frequência da comunicação que eles estabelecem com os demais internautas.

Para entender até que ponto a profissão ou o trabalho desempenhado pelos blogueiros pode determinar um maior ou menor interesse na interação com os internautas, promovemos o cruzamento das variáveis “rol social principal do autor” com a que estabelece a “frequência das respostas do autor do post aos comentários dos outros internautas”.

A seguir, os roles sociais mais comuns e a frequência das respostas dos autores das páginas web para os internautas que participam nos posts por eles publicados:

Figura 5.4. Relação entre o rol social e a frequência das respostas aos internautas

Rol social	Frequência da interação com os internautas				
	Sempre responde	Responde para a maioria	Responde com pouca frequência	Nunca responde	Número de respostas
Ingeniero informático (10 de 25 identificados)	27,6%	22,9%	13,5%	36%	(861)
Periodista (2 de 25)	86,7%	3,4%	1,5%	8,4%	(203)
Estudiante (4 de 25)	21,5%	31,1%	18,5%	28,9%	(135)
Otros (9 de 25)	28,5%	16,6%	17%	37,9%	(440)

(porcentagens na horizontal)

Dos 41 blogs estudados, foi possível identificar o rol social dos autores em 25 das páginas pessoais. Deste total, a maior parte dos autores tem a profissão de engenheiro informático, seguida de outras duas profissões: estudantes e jornalistas.

Observando a frequência das respostas, foi possível identificar que existe um equilíbrio entre dois extremos: aquele das ocasiões em que os autores responderam a todos os internautas e aquele que representa nenhuma contestação dos blogueiros para os internautas.

Foi possível observar, também, em três dos quatro níveis de roles sociais identificados que existe uma proximidade grande entre estas duas respostas mais comuns. A exceção pode ser encontrada entre os jornalistas, que apresentam uma predominância marcante de 86,7% de respostas para todos os internautas que participam de alguns dos posts das páginas pessoais estudadas.

Os engenheiros informáticos, que são a maioria dos profissionais identificados, apresentam 36% de ausência nas interações, ou seja, em cada 10 posts publicados que apresentam comentários de internautas, em quase quatro ocasiões os autores não respondem a nenhuma das pessoas que escreveram algo em suas entradas. Em seguida, os engenheiros informáticos têm como prática mais comum a de sempre responder aos internautas, em 27,6% das ocasiões, ou seja, em quase três de cada 10 publicações.

No caso dos estudantes, existe uma proximidade ainda maior entre as duas respostas mais comuns: em 31,1% das ocasiões os autores das páginas pessoais respondem a maioria dos internautas, enquanto que em 28,9% das vezes eles não respondem a ninguém.

Quando estudadas as outras profissões, é possível observar que em 37,9% das ocasiões os blogueiros não respondem a nenhum dos comentários dos internautas, seguido de 28,5% das vezes em que os autores da página pessoal respondem sempre aos seus interlocutores.

Em resumo, os números mostram o seguinte:

Apenas os jornalistas, acostumados ao contato com as audiências e os públicos de outros meios – em teoria, pelo menos, já que nas universidades a interação faz parte dos currículos das graduações – apresentam uma preocupação para responder aos internautas.

Esses profissionais, que conhecem por sua formação a importância da interação, procuram, também na plataforma dos blogs, alimentar o diálogo e o contato com os seus públicos.

A respeito dos demais roles sociais, é possível observar um equilíbrio entre uma grande resposta dos autores aos internautas e a ausência de respostas. Engenheiros informáticos, estudantes e os demais profissionais tendem a responder mais ou menos motivados por outros parâmetros que não os seus roles sociais.

Ainda estudando os roles sociais dos autores das páginas pessoais, é interessante observar se existe alguma relação entre a profissão desempenhada pelos blogueiros, a antiguidade da página pessoal e a periodicidade aproximada da publicação de novos textos nos blogs. Com o cruzamento destas variáveis buscamos entender se a profissão influencia para que exista um interesse e/ou disponibilidade maior dos autores para manter as suas páginas atualizadas.

Analisando o rol dos engenheiros informáticos, que somam 10 blogueiros – o maior número entre todas as profissões identificadas – observamos que oito dos 10 mantêm as suas páginas pessoais atualizadas diariamente.

Apenas dois dos engenheiros informáticos atualizam os seus blogs em uma média de uma vez por semana. Também é possível observar que a maioria – seis dos 10 – havia criado o blog fazia mais de dois anos quando a nossa investigação coletou os dados das páginas pessoais. Outros quatro haviam criado os seus blogs fazia mais de um anos, mas menos de dois anos.

No caso dos estudantes, que somam quatro autores, foi possível identificar quase um equilíbrio entre a frequência das atualizações das páginas pessoais: dois blogueiros atualizam os seus blogs semanalmente; um atualiza diariamente, e o outro mensalmente.

Três dos estudantes que mantêm blogs criaram as suas páginas pessoais faz mais de um ano, mas não mais do que dois anos quando fizemos a análise dos conteúdos dos blogs. Um estudante com página pessoal começou a publicá-la fazia mais de dois anos.

Os dois jornalistas que mantêm blogs na internet demonstram equilíbrio entre a periodicidade e a antiguidade de suas publicações. Um atualiza a página pessoal diariamente e, o outro, semanalmente. Um tem o blog publicado há mais de um ano, mas em menos de dois anos, enquanto o outro publica o blog há mais de dois anos.

Finalmente, os nove autores de profissões diferentes que mantêm páginas pessoais atualizadas apresentam uma variedade maior de resultados: quatro deles atualizam os blogs semanalmente, três fazem isso diariamente e dois publicam atualizações mensalmente. A maioria, contudo, sete dos nove, tinham começado a publicar os blogs fazia mais de dois anos quando a investigação acompanhou as suas páginas pessoais – dois começaram fazia mais de um ano, mas menos de dois anos.

Os dados apresentados demonstram que os engenheiros informáticos, mais familiarizados com os computadores, internet e a tecnologia de ponta, demonstram um interesse maior por manter suas páginas pessoais mais atualizadas que outros autores que desempenham outros roles sociais.
---

Além disso, a maioria – seis dos 10 blogueiros – começaram a publicar a sua página pessoal há mais de dois anos, o que demonstra uma maior familiaridade

destes autores com as tendências da área tecnológica o que, é preciso observar, é justamente a área de atuação deles.

Nos demais roles sociais de destaque, ou seja, de jornalista e estudante, é possível perceber um equilíbrio entre a tendência dos autores tanto para a atualização quanto sobre a antiguidade das páginas pessoais.

Tradicionalmente conectados na Rede, seja em seus cotidianos de trabalho ou seja pelo estudo, as pessoas com estes roles sociais demonstram, por outro lado, uma preocupação menor sobre a atualização constante dos conteúdos dos blogs pessoais.

Diferente dos engenheiros informáticos, que seguem uma tendência por provar nas páginas pessoais recursos e discursos que podem influenciar em seus trabalhos cotidianos, os jornalistas e os estudantes não apresentam o mesmo interesse ou preocupação a respeito das atualizações dos blogs.

De alguma maneira, a publicação de páginas pessoais por estudantes e jornalistas pode interferir em seus roles sociais, mas estes autores não deixam tão evidente a importância destes espaços em seus próprios cotidianos.

Concluimos este ponto ao observar que apenas dois dos seis autores destes dois roles sociais mantêm as suas páginas atualizadas diariamente. Uma minoria frente aos quatro que preferem atualizar os blogs semanalmente (3) ou mensalmente (1).

As prioridades para as atualizações para estes autores não são tão evidentes quanto para os engenheiros informáticos, por exemplo. Assim, é possível afirmar que os roles sociais influenciam, assim como outros fatores, para uma maior ou menor atualização das páginas pessoais.
---

Quando analisamos o resultado do grupo de autores de diferentes roles sociais, é possível perceber um predomínio de atualizações diárias (3) e semanais (4) em relação àquelas feitas com mais espaço de tempo, ou seja, em comparação com as atualizações mensais (2). Ainda assim, não existe uma grande diferença de valores, algo que se pode perceber no item da antiguidade das páginas pessoais: sete das nove páginas foram criadas há mais de dois anos quando começamos com esta investigação.

Existe um predomínio de páginas pessoais que haviam sido criadas há mais de dois anos – mas que tinham menos de cinco anos de idade. Dos 25 blogs nos quais é possível identificar o rol social dos autores, 15 deles foram criados neste período. O maior número de páginas pessoais criadas há mais de dois anos é originado entre as pessoas com profissões variáveis e entre os engenheiros informáticos.

Outro cruzamento adequado para medir a importância das interações para os autores das páginas pessoais é aquele que verifica se existe uma relação entre a disponibilidade de espaços para a interação com os internautas e as manifestações de

aprovação que os mesmos podem ter registrado nos blogs. Para saber sobre isto, cruzamos as variáveis “espaço e canais para a interação” e “características das respostas dos internautas que participam no post”.

Primeiro, observamos os sites que apresentam o maior número de canais para a interação. A saber: três ao total, sendo eles variáveis. Nos seis blogs que apresentam três diferentes canais disponíveis para os internautas manifestarem as suas opiniões, existe um predomínio de respostas de concordância dos interlocutores dos blogueiros. Em seguida, aparecem respostas que manifestam neutralidade e, finalmente, as de discordância.

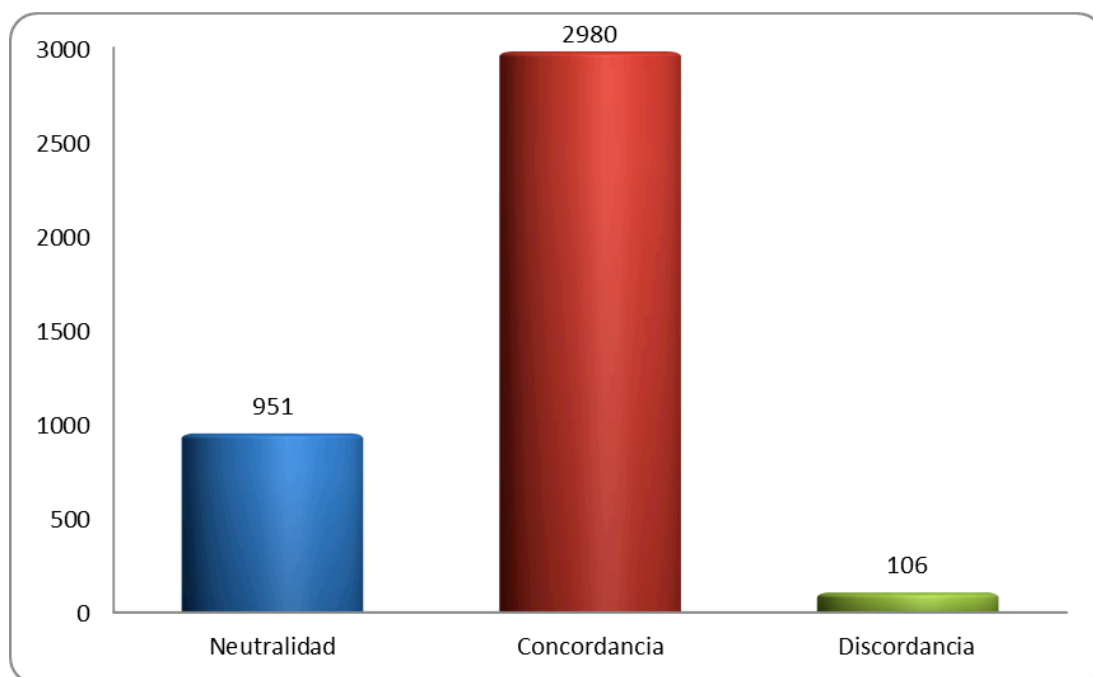
Dois tipos de canais de interação se apresentam como os mais frequentes nos seis blogs com o maior número de canais disponíveis para a interação com os internautas: “mensagens no final dos textos” e “citações nos textos dos blogs”.

Importante diferenciar estes dois canais. O primeiro é o canal mais comum, aquele em que os internautas expressam as suas opiniões ao final dos textos, publicando suas manifestações depois de uma prévia aprovação dos autores dos blogs – em raras ocasiões a publicação destas manifestações não passam por uma seleção dos internautas.

Em seguida, em quatro dos seis blogs destacados, é possível encontrar o canal de interação “divulgação de correio eletrônico” do blogueiro. Ou seja, em 66,7% das páginas pessoais com mais canais disponíveis o autor da página divulga o seu próprio e-mail para que os interessados em trocar informações tenham a possibilidade de fazer isto através de um meio alternativo e que não deixe as suas opiniões no espaço público do blog.

Finalmente, em dois dos seis blogs deste nível, foi possível perceber a variável “ferramentas para inserção de conteúdos” – ou seja, mecanismos pelos quais os próprios internautas podem publicar vídeos, áudios ou outros conteúdos nos blogs que eles costumam visitar. No gráfico a seguir é possível visualizar o tipo de manifestação dos internautas mais comum nos blogs que colocaram à disposição dos leitores mais canais para a interação:

**Figura 5.5. Respostas dos internautas nos sites com três canais de interação**

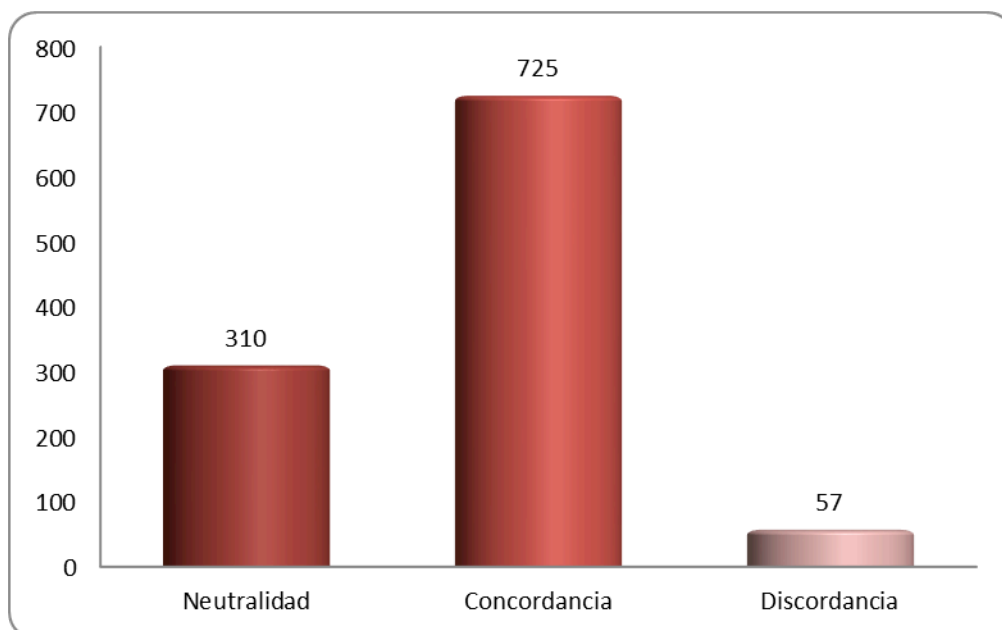


No total, 73,8% das respostas dos internautas aos conteúdos dos blogueiros que põe a disponibilidade de seus interlocutores uma maior quantidade de canais de interação, são de concordância com o exposto anteriormente. Em 23,55% das ocasiões as respostas seguem a linha da neutralidade, e apenas em 2,65% são registradas manifestações de discordância.

Para saber quanto estes números podem revelar uma relação entre o tipo de respostas dos internautas e a disponibilidade dos canais de interação por parte dos blogueiros, promovemos o cruzamento das variáveis entre as páginas pessoais que oferecem o menor número de canais para a interação possível, ou seja, apenas um. O resultado pode ser visto no gráfico a seguir:



**Figura 5.6. Respostas dos internautas nos blogs com um canal para interação**



Nos 17 blogs que apresentam apenas um canal para a interação entre blogueiro e os internautas, foi possível perceber uma diferença de resultado entre as respostas de concordância e de neutralidade por parte dos internautas em relação às páginas pessoais com uma maior disponibilidade de canais para a interação.

Como se pode observar pelo gráfico anterior, em 66,4% das ocasiões os internautas manifestaram concordância com os conteúdos publicados pelo blogueiro. Em 28,4% das ocasiões os internautas expressaram opiniões que seguem a linha da neutralidade, enquanto que em 5,2% das ocasiões eles expressaram discordância com o que o blogueiro havia publicado.

As manifestações de concordância por parte dos blogueiros mantêm uma posição dianteira em relação a segunda manifestação mais comum, que é a da neutralidade. E nestas duas situações as discordâncias aparecem pouco, ainda que nas páginas com apenas um canal para a interação elas apareçam em maior número, quase o dobro.

Estes dados demonstram o seguinte:

Não existe uma relação direta entre os tipos e a quantidade de canais para a interação e uma subsequente manifestação de opiniões por parte dos internautas. Na mesma medida, não existe uma relação entre respostas mais positivas ou de concordância dos internautas e uma maior disponibilidade de canais de interação nos blogs.

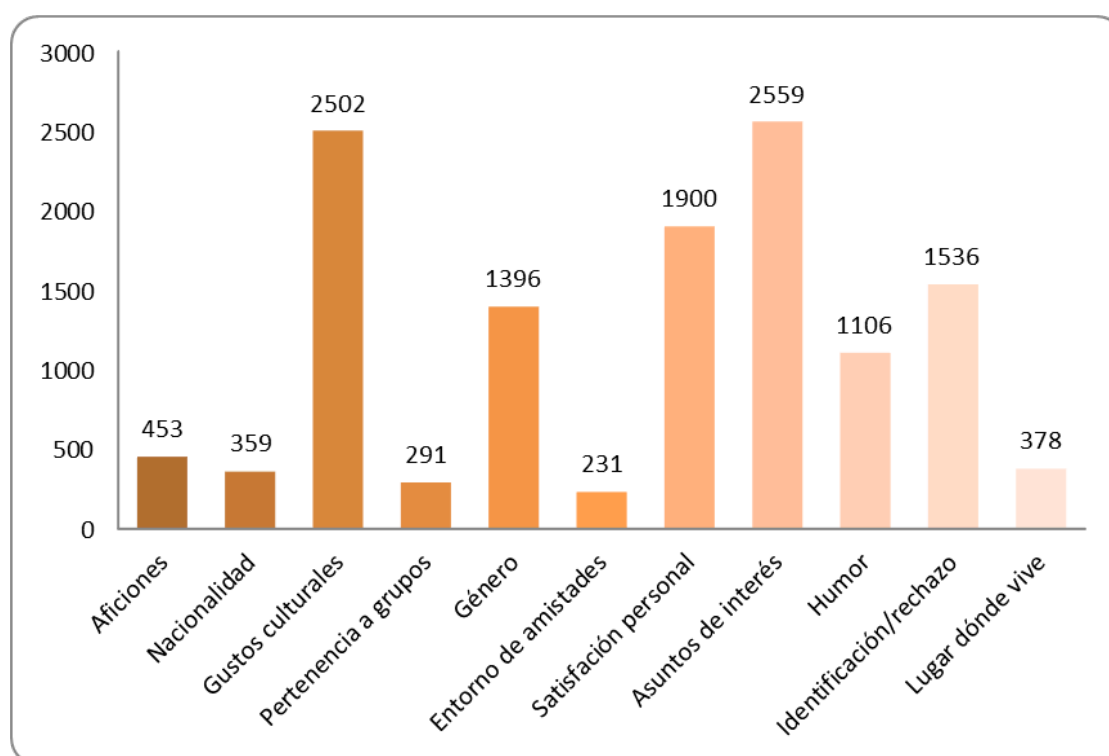
As respostas de concordância dominam as interações na blogosfera, mas elas independem de mais ou menos canais de interação postos à disposição dos internautas.

Seguindo na busca por compreender melhor as relações entre textos mais pessoais e uma maior manifestação de elementos de identidade por parte dos internautas na interação com os autores das páginas pessoais, promovemos o cruzamento das variáveis “nível de personalização do texto publicado” com “elementos de identidade pessoal” e “elementos de identidade coletiva” dos internautas que participam dos blogs.

O objetivo deste cruzamento é estudar se existe uma relação direta entre textos mais pessoais nos blogs e uma maior manifestação de elementos de identidade pessoal e de pertencimento a coletivos por parte dos internautas que interagem nestes espaços.

Inicialmente estudamos os 445 posts dos 41 blogs analisados que correspondem a um nível de personalização de seus atores considerado alto. No gráfico a seguir é possível verificar quais são os elementos de identidade pessoal mais presentes nos comentários dos internautas com relação aos posts com um nível de personalização alta:

**Figura 5.7. Personalização alta dos posts e os elementos de identidade expressados**



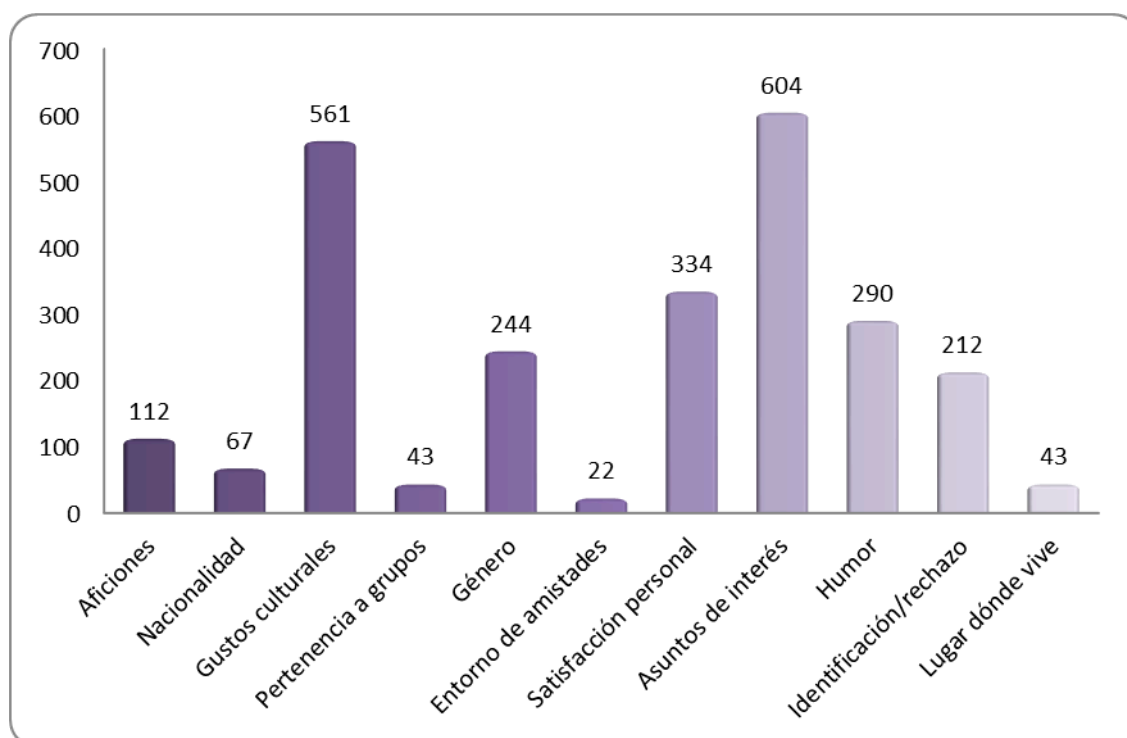
Importante observar que seis elementos de identidade pessoal revelados pelos internautas que interagem com os blogueiros apresentam um número superior a 1 mil. Quando dividimos os números mais expressivos pelo número de posts, percebemos uma proporção de 5,75 manifestações de “assuntos de interesse”, 5,62 de “gostos culturais”, 4,27 de “satisfação pessoal/profissional”, 3,45 de “identificação/rechaço com a realidade que vive”, 3,14 de “gênero” e 2,48 de “humor”, apenas para citar os mais comuns e que aparecem nesta média em cada texto com alto grau de personalização do blogueiro e que foi publicado na internet nos blogs analisados.

É interessante observar que exceto pelas duas primeiras e pela última categoria de identidade pessoal manifestadas pelos internautas, as outras três fazem referência a assuntos do cotidiano e da identidade fundamental dos internautas.

Isso demonstra que textos mais pessoais nas páginas dos blogs incentivam as pessoas que participam destes espaços através de comentários a manifestarem as suas opiniões com uma maior frequência e, quem sabe, com uma maior profundidade a respeito de suas características pessoais.

Na sequência, fazemos o mesmo cruzamento de dados, mas agora analisando os elementos de identidade pessoal manifestados pelos internautas como respostas aos posts com nenhuma carga pessoal produzidos pelos blogueiros:

**Figura 5.8. Textos nada pessoais e a publicação de elementos de identidade**



Em comparação com os textos que apresentam um nível alto de personalização de seus autores, os textos do outro extremo, ou seja, aqueles nada pessoais também despertam as mesmas expressões de identidade pessoal dos internautas que interagem com os blogueiros. Os seis elementos de identidade mais relevantes nas manifestações dos internautas coincidem entre os textos mais ou nada pessoais.

A diferença pode ser observada na quantidade e na proporcionalidade com que estes elementos de identidade se revelam nos comentários dos internautas. Ao dividir as seis variáveis de elementos de identidade mais expressivas pelo número de posts classificados como nada pessoais, a saber, um total de 294, observamos que “assuntos de interesse” aparece em uma proporção de 2 em relação a cada texto: assim como “gostos culturais” aparece em uma proporção de 1,9; “satisfação pessoal/profissional” em 1,1; “humor” em 0,98; “gênero” em 0,8; e “identificação/rechazo com a realidade que vive” em 0,7.

A diferença da proporção entre as manifestações de identidade dos internautas nas interações com os blogueiros varia do dobro ao triplo em uma comparação entre os textos mais pessoais dos autores e aqueles que não apresentam nenhuma manifestação pessoal deles.

Estes dados demonstram que existe uma relação direta entre uma quantidade maior de expressões de identidade entre uns interlocutores e outros, ou seja, existe uma espécie de sentimento de ânimo por parte dos internautas em expressar elementos de suas identidades quando é possível perceber o mesmo gesto de expressão por parte dos autores das páginas pessoais.

Interessante observar que, apesar dos seis elementos de identidade pessoal mais comum coincidirem entre as manifestações dos internautas nos textos mais pessoais e aqueles nada pessoais, existe uma diferença no “ranking” das variáveis com um maior número de manifestações dos internautas.

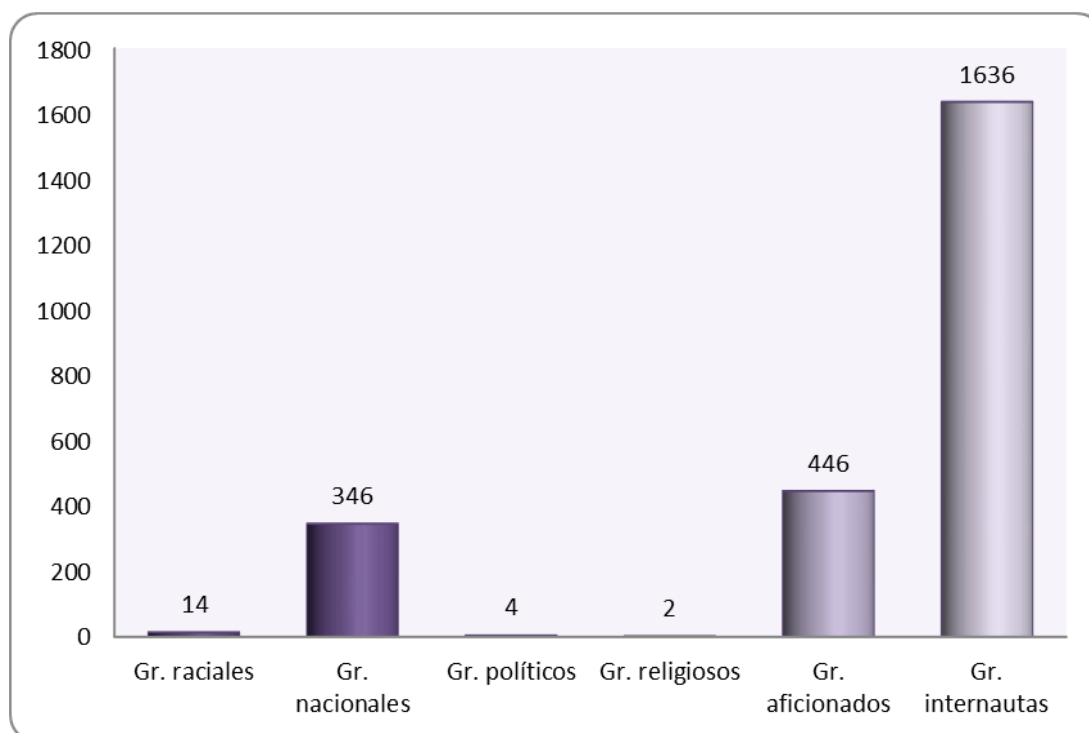
O tema “humor”, por exemplo, que aparece em sexto lugar nas manifestações dos internautas nos textos mais pessoais dos blogs, se situa na quarta posição quando estudamos os posts nada pessoais.

É possível observar também a transferência da variável “identificação/rechaço com a realidade que vive” da quarta para a sexta posição, quando comparados os textos mais ou nada pessoais.

A variável de “humor”, sem dúvida, expõe menos a identidade dos internautas que a de “identificação/rechaço com a realidade que vive”, o que é lógico se entendemos que os internautas seguem a tendência exposta pelos blogueiros, ou seja, que tornam os seus discursos menos pessoais nos textos que apresentam esta característica.

Além dos elementos de identidade pessoal, vamos analisar os elementos de identidade coletiva manifestados pelos internautas nos comentários publicados nos textos dos dois extremos, ou seja, naqueles com uma alta dose de personalização de seus autores e naqueles sem esta característica. No gráfico a seguir estão expostos os elementos de identidade coletiva manifestados pelos internautas em comentários publicados nos posts que apresentam uma maior carga de personalização dos blogueiros:

**Figura 5.9. Personalização alta e elementos de identidade coletiva**



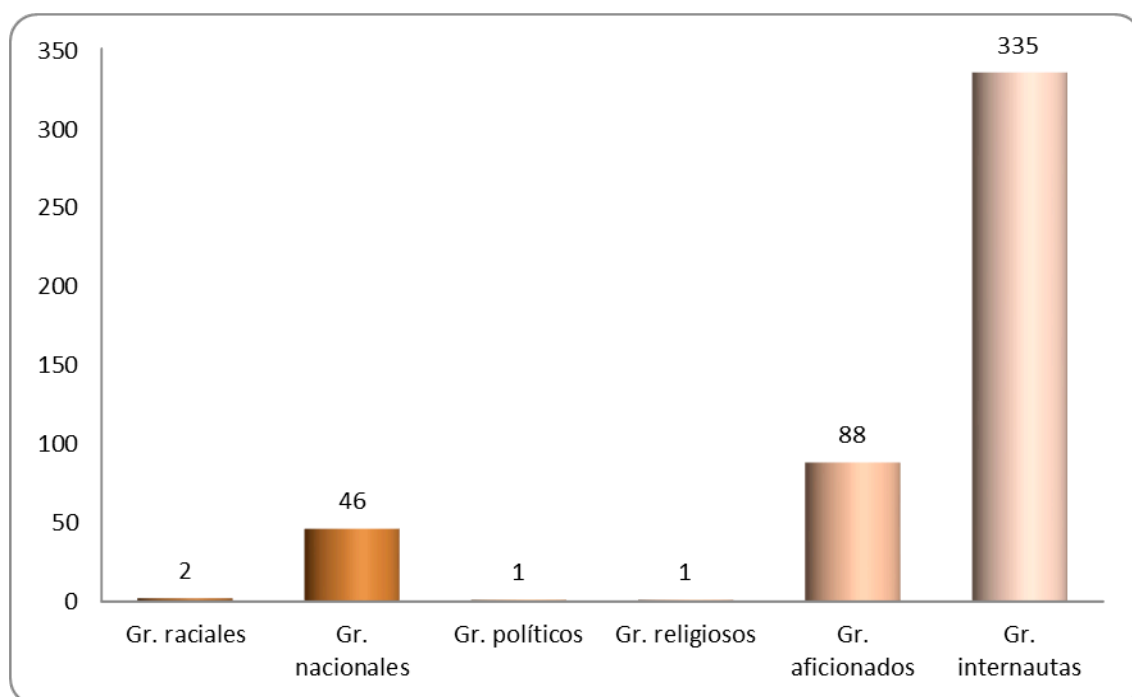
Apenas três das variáveis dos elementos de identidade coletiva nos discursos dos internautas apresentam um número significativo quando analisamos a interação nos textos com um nível de personalização alto na blogosfera. A manifestação de sentimentos de pertencimento a grupos de internautas se apresenta de maneira destacada em relação as duas variáveis seguintes.

A proporção, se analisadas as manifestações de identidade e a quantidade de posts estudados, chega a 3,67 em relação aos “grupos de internautas”; a 1 em se tratando de “grupos de aficionados” e a 0,77 em relação a “grupos nacionais”.

As demais variáveis apresentam uma quantidade insignificante em relação ao total. Mesmo que a identificação com “grupos de internautas” apresente um número elevado, este número se revela bem inferior a identificação com elementos de identidade pessoal comentada anteriormente.

Para fazermos uma comparação, vamos analisar os dados apresentados nos comentários dos internautas que fazem referência aos posts com nenhuma carga de identidade por parte dos autores das páginas pessoais e que pode ser vista no seguinte gráfico:

**Figura 5.10. Textos nada pessoais e elementos de identidade coletiva**



Como nos textos com um nível de personalização alta, naqueles com ausência de elementos de identidade dos autores também é possível observar uma manifestação dos internautas em relação ao sentimento de pertencimento a grupos que põe em evidência três variáveis.

Ao cruzar a manifestação dos internautas e o número total de posts nesta categoria, observamos uma proporção de 1,13 manifestações de pertencimento a “grupos de internautas”; 0,3 em relação a “grupos de aficionados” e 0,15 referentes a “grupos nacionais”.

Novamente é possível perceber uma diferença acentuada na proporção das respostas dos internautas em relação aos textos dos blogs quando comparados textos com uma alta dose de personalização e aqueles do outro extremo, ou seja, os que não apresentam elementos de identidade pessoal ou coletiva de seus autores.

Com estes dados é possível afirmar que existe uma correspondência entre textos mais pessoais nos blogs e uma maior manifestação de elementos de identidade por parte dos interlocutores dos blogueiros.

Finalmente, promovemos o cruzamento das variáveis “acordo ou desacordo dos autores do post com os comentários recebidos no post” com “característica das respostas dos internautas que participam no post ou em comentários que lhe seguem”.

O objetivo deste cruzamento é determinar se existe uma relação entre a forma com que o blogueiro responde aos comentários dos internautas e a maneira com que os internautas depois se manifestaram por intermédio dos comentários que seguem aos textos publicados no blog.

Com este cruzamento observamos que de um total de 8080 comentários dos internautas nos textos publicados nos blogs, houve correspondência de opiniões por parte dos blogueiros em 6910 ocasiões, o que é o mesmo que dizer que em 85,5% das vezes em que os internautas manifestaram concordância, discordância ou uma publicação neutra, os blogueiros seguiram esta mesma linha de respostas.

Assim, é possível afirmar que nos espaços das páginas pessoais, existe uma tendência tanto para os internautas sigam as manifestações de identidade dos blogueiros quanto estes autores demonstram uma vontade de seguir as linhas de manifestação de seus interlocutores. Existe pouco espaço, desta forma, para publicações que se revelem diferentes do que costuma ser publicado pelos autores e pelos internautas.



## Capítulo 6

### Resultados das entrevistas em profundidade com os blogueiros

Como foi explicado anteriormente, depois de terminada a análise de conteúdo da comunicação estabelecida nos blogs selecionados por intermédio do exame dos textos das páginas pessoais e da interação estabelecida por meio dos comentários em cada uma delas, percebemos que algumas questões que a nossa investigação queria responder não estavam totalmente claras.

Por isso, foi elaborado um questionário com 15 perguntas relacionadas com os objetivos propostos em nossa tese. Este questionário foi enviado para todos os blogueiros que mantinham os seus respectivos blogs na internet e que possibilitaram, por meio de suas páginas pessoais, alguma forma de contato.

Quatro blogueiros responderam a solicitação de ajuda para a nossa tentativa de compreender melhor a comunicação estabelecida nos blogs. A totalidade das respostas se encontram no anexo número 5. A seguir, apresentamos as questões enviadas para os autores dos blogs e um resumo das respostas obtidas junto com a nossa interpretação para estes dados.

A primeira questão da entrevista em profundidade foi:

- 1) Existe um grupo de contatos criado ao redor do blog – seja pela publicação de links, seja através da interação com outros produtores de conteúdos através do intercâmbio de comentários. Quanto deste grupo já existia antes da criação do blog? Poderias, por favor, dar exemplos das relações que já existiam antes e das relações que surgiram através do blog?

As respostas para esta primeira pergunta do questionário refletem que as experiências dos blogueiros podem variar muito dependendo das relações que as pessoas tinham antes de começar a página pessoal e, especialmente, dependendo da proposta que os autores tem com o seu próprio blog.

Enquanto que os autores dos blogs Lusanagi's Corner e What Time Sailing? revelaram que as relações estabelecidas em seus blogs através da publicação de links ou intercâmbios de opiniões foram mantidos com pessoas que já conheciam

antes de começar as suas respectivas páginas pessoais, a autora do blog Bajando al Mono equilibró as relações com pessoas que ela já conhecia com outras que ela conheceu por intermédio de seu blog, enquanto que o autor de Foxblog criou uma rede de contatos utilizando a sua página pessoal.

Frente a estas respostas é possível afirmar que a experiência de cada blogueiro é variável, mas que esta ferramenta disponível na internet tem o potencial para criar novas relações e, como afirmou Ismael Torres Dominguez, do blog What Time Sailing?, que também publicou conteúdos em outros sites na internet através de sua página pessoal, a interação com estas outras pessoas que até então ele não conhecia permitiu que agora o autor possa chamar-lhes de “amigos”.

A investigação seguiu com a seguinte pergunta:

- 2) Observamos que poucas vezes assuntos relacionados com religiões ou política aparecem em textos dos blogs. A maioria das publicações abordam hobbies ou a identificação com um país ou um território. Os hobbies e a identificação com algum território de fato é mais relevante para você do que outros temas?

Analisando as respostas dos blogueiros é possível perceber como para todos eles a principal motivação para a criação e a manutenção de suas páginas pessoais é cada um deles falarem de seus próprios hobbies. O autor de What Time Sailing? deixou isso evidente, além de acrescentar que acredita que em alguma ocasião ele escreveu em seu blog algum conteúdo sobre religião – um dos temas que menos aparecem nas páginas estudadas segundo a nossa análise de conteúdo.

Ainda que o autor de Foxblog não tenha respondido que lhe interessam todos os temas para escrever em sua página pessoal – na verdade, ele deixa claro que lhe interessam os temas tecnologia e humor –, Humberto Mena argumenta que nunca se sentiu “limitado a incluir qualquer outro tipo de conteúdo”.

Analisando as respostas dos blogueiros para esta questão é possível perceber que nenhum deles defende os temas menos presentes na análise de conteúdo ao mesmo tempo em que eles sentem certa dificuldade em admitir que estes assuntos são menos tratados porque eles não conseguem uma melhora na busca pela audiência.

O único que admitiu essa particularidade foi o autor de What Time Sailing?: “(...) se queres chegar a um público mais amplo, a política e a religião não são bons campos aonde plantar”.

A pergunta seguinte para os blogueiros foi esta:

- 3) Quantas pessoas com as quais você mantém contato através do blog você conhece pessoalmente e/ou você mantém com elas uma relação pessoal direta?

Diante de respostas como esta é possível perceber que não existe um padrão nas relações estabelecidas através das páginas pessoais. Enquanto os autores de

Lusanagi's Corner e Bajando al Mono parece que conhece a maioria das pessoas com as quais eles interagem em seus respectivos blogs, os autores de What Time Sailing? e Foxblog conheceram a poucas pessoas através de suas páginas pessoais.

Este último fato sinaliza que estes blogs têm a maioria de seus leitores formada por pessoas que não são do entorno de convivência tradicional de seus autores. Ainda assim, o autor de Foxblog revela satisfação por ter conhecido a dois blogueiros de sua cidade depois que ele criou a sua própria página pessoal.

Em seguida, os blogueiros responderam a seguinte pergunta:

- 4) É possível perceber que os textos nos quais falas mais de tua vida pessoal, gostos e hobbies conseguem uma interatividade maior? Ou, em outras palavras, é possível perceber que quando manifestas mais as tuas opiniões as pessoas participam mais com comentários nos teus textos?

As respostas para esta pergunta se revelaram distintas porque o perfil dos blogs também se revela diferente entre si. Para os autores de Lusanagi's Corner e What Time Sailing? não é possível perceber uma diferença entre a interação estabelecida em posts mais ou menos pessoais porque as duas páginas tratam essencialmente de assuntos pessoais de seus autores.

Mas o mesmo não se aplica no caso dos blogueiros de Bajando al Mono e Foxblog, já que os dois têm uma boa variação de estilos de conteúdos: alguns textos são mais pessoais, outros se revelam nada pessoais. Consequentemente, as suas respostas são diferentes e revelam que existe uma relação direta entre posts mais pessoais e um número maior de interações dos visitantes de seus blogs.

Na sequência do questionário perguntamos o seguinte:

- 5) Quando isto acontece, quando as pessoas interagem mais com comentários no blog, você também publica mais respostas aos comentários destas pessoas?

As respostas para esta pergunta têm uma relação direta com as contestações para a pergunta anterior. O autor do blog Lusanagi's Corner, que mantém posts essencialmente pessoais e que não observa, por isso, diferença na característica das interações quando se publica mais ou menos informações pessoais, afirma que não tem o costume de responder mais para as pessoas que deixam comentários em sua página pessoal – exceto quando sente que “tenha algo que comentar a respeito”.

Os outros três blogueiros revelaram que têm o costume de responder mais aos internautas quando o número de comentários se revela maior. O autor de Foxblog é direto ao revelar que sempre buscou “este tipo de retroalimentação”. As respostas revelam que a maioria dos blogueiros leva em conta a opinião de seus leitores e tende a responder a eles quando existe espaço para o intercâmbio de ideias.

Seguindo os questionamentos a respeito de um maior número de interações no blog, fizemos a pergunta de número 6:

- 6) Quando existe uma interação maior no blog, você percebe que aumenta a identificação das pessoas que comentam nos textos com o que vais respondendo? Ou, em outras palavras, que quanto mais respondes comentários dos internautas, notas que as pessoas que interagem contigo mais se identificam com o que escreves?

Ainda que o autor de Lusanagi's Corner defende o argumento de que ele escreve o blog para si mesmo e que por isso lhe interessa menos as respostas dos internautas, ele também coincidiu com os demais blogueiros que responderam esta pergunta ao afirmar que existe algumas “vezes” uma identificação maior do público do blog quando ele responde com maior frequência os comentários deixados em seus posts.

Os demais internautas concordam que existe uma relação direta entre uma maior interação com os leitores do blog e uma maior identificação de ditos leitores com o autor dos conteúdos. O autor do blog What Time Sailing? ensina: “quanto mais interação houve com o autor (do blog), maior a identificação com ele e seus escritos”.

A pergunta seguinte do questionário foi esta:

- 7) Como você se sente em relação as pessoas que visitam e comentam no blog?

Analisando as respostas, percebemos que apenas para o autor de Lusanagi's Corner, que antes afirmou que escreve o blog para si mesmo e não para os demais, a relação dele com os seus leitores é “indiferente”. Os demais autores olham a relação com este público como um elemento importante.

Entre os sentimentos expressados pelos autores dos blogs estão os de gratuidade, satisfação, curiosidade e necessidade de agradar as pessoas que dedicam um tempo para ler o que eles escreveram em suas páginas pessoais. Esta questão demonstra como para os blogueiros não basta expor os seus sentimentos e gostos pessoais, mas que também é importante que seus escritos sejam lidos por outras pessoas.

Outro detalhe interessante das respostas é que a maioria dos blogueiros se sente perto de seus leitores, mesmo que os autores não conheçam a todos pessoalmente. A relação estabelecida nestes espaços acaba, inclusive, por criar um sentimento de responsabilidade como o que o autor de What Time Sailing? manifestou: “Muitas vezes tens a obrigação de seguir com o blog por eles (os leitores da página pessoal)”.

Os blogueiros responderam, na sequência, a seguinte pergunta:

- 8) Você percebe que muitos elementos que definem a tua identidade também podem ser percebidos nos discursos dos internautas? Quais são os elementos mais comuns?

As respostas para esta questão dividiram aos blogueiros. Novamente os autores das páginas Lusanagi's Corner (menos interessado nas interações com os seus leitores) e What Time Sailing? não percebem uma relação entre os elementos de identidade que eles manifestam em seus postos e uma manifestação similar de seus leitores por intermédio de comentários nas páginas pessoais.

Como ditas páginas são essencialmente pessoais e têm um nível baixo de respostas dos internautas, estas características podem ter influenciado a percepção dos dois autores. Os blogueiros de Bajando al Mono e Foxblog tem opinião distinta, mas conseguem perceber uma relação direta de uma maior expressão de suas próprias identidades com uma expressividade maior de seus leitores.

Investigando mais a importância da interação do blogueiro com os internautas, fizemos a seguinte pergunta:

- 9) Quando você escreve, leva em conta as preferências dos temas dos internautas? Ou, em outras palavras, observas o que interessa mais para o público que participa do blog e tentas escrever mais sobre estes temas ou não?

Ainda que a maioria dos autores dos blogs que responderam ao questionário valorize o contato com seus respectivos públicos, três dos quatro blogueiros que responderam ao questionário afirmaram que não levam em conta os gostos de seus públicos para escrever suas páginas pessoais.

É como se a audiência tivesse utilidade enquanto se reafirmam os gostos e opiniões que os blogueiros têm antes de publicar conteúdos na internet. Exceto pelo aturo de Foxblog, que tem interesse em escrever temas que sejam bem aceitados por seus leitores, os demais blogueiros têm os seus próprios gostos como baliza para as suas publicações e nada mais.

Agora tentando averiguar se existe uma relação entre aquilo que o blogueiro pensa ou sente a interação que ele mantém com os internautas, perguntamos:

- 10) A interação estabelecida no blog com outras pessoas alguma vez fez com que você mudasse alguma opinião ou, inclusive, algum sentimento de pertencimento a algum grupo, seja de aficionados, de grupos religiosos, políticos, sociais ou de outro tipo?

Esta é a pergunta mais direta a respeito da mudança de marco identitário ou de opiniões dos autores dos blogs frente a suas audiências. Os autores das páginas Lusanagi's Corner e What Time Sailing?, que não dão tanta importância para a interação com os seus leitores, responderam negativamente para a pergunta se alguma vez eles mudaram alguma opinião ou, inclusive, algum sentimento de pertencimento a algum grupo devido à interação estabelecida em seus blogs.

Mas os autores das páginas Bajando al Mono e Floxblog responderam positivamente a esta mesma pergunta, o que torna evidente ainda mais como a experiência potencialmente transformadora das páginas pessoais com espaços para

interação podem variar muito de acordo com o perfil dos autores e do próprio blog exposto na rede mundial de computadores.

Além de responder positivamente a esta pergunta, o autor de Foxblog acrescentou um comentário significativo: “Isso foi o melhor do blog, conheci gente que às vezes não estava de acordo com a proposta e com seus comentários ou no chat me fizeram mudar de enfoque”. Não ficou claro de que forma o blogueiro mudou a sua maneira de atuar, mas é um fato de que ele estava aberto a mudanças e que as pessoas com quem ele interagiu através de sua página pessoal lhe ajudaram nesta direção de mudança.

As respostas para a pergunta de número 10 demonstram como a ferramenta dos blogs tem o potencial de aproximar pessoas com opiniões e características identitárias distintas e que, quando eles assim desejam, estas mesmas pessoas podem trocar opiniões e, inclusive, mudar as suas próprias maneiras de atuar.

Buscando mais informações a respeito do grupo de blogueiros que pode ser formado ao redor de uma página pessoal, fizemos a seguinte pergunta:

11) Você percebe que a interação com outros blogueiros cria um grupo com opiniões similares e/ou que têm alguns determinados assuntos em comum?

As respostas a esta pergunta mostram que a maioria das teias de aranha formadas pelos blogueiros ao redor de uma página pessoal é formada por pessoas que compartilham de opiniões similares e/ou ao menos de uns mesmos hobbies.

Os autores das páginas What Time Sailing?, Bajando al Mono e Foxblog perceberam que a rede de contatos que cada um deles mantêm com outros autores de conteúdos através de suas páginas pessoais é formada especialmente por pessoas que compartilham das mesmas opiniões – ainda que, como pondera Ismael Torres Dominguez, “sempre há alguém que difere” e, o que é mais curioso, acrescenta o blogueiro, são estes os que criam “interesse”.

Apenas o autor de Lusanagi's Corner afirmou que seus contatos já existiam antes da criação de sua página pessoal e que, por isso, ele não havia criado uma rede de contatos com gostos similares através do blog que ele criou. Estas respostas comprovam que a rede formada ao redor de uma página pessoal normalmente gira ao redor de temas ou gostos similares, sem espaço para a publicação da controvérsia.

Os blogueiros responderam, na sequência, a seguinte pergunta:

12) Você acredita que o gênero, a idade e/ou o rol social são pontos determinantes para a criação de um grupo de blogueiros ao redor da página pessoal que você mantém?

As respostas dos blogueiros se dividiram outra vez. Para metade dos autores de páginas pessoais existe uma relação entre o gênero, a idade e/ou o rol social deles com os mesmos elementos de identidade de seus leitores, enquanto que para

a outra metade esta correspondência não é clara já que a motivação principal de seus leitores seria a busca dos temas propostos pelas páginas pessoais.

Ainda que o autor de Lusanagi's Corner se revelou um pouco reticente para responder positivamente a pergunta, ele comentou que “é possível” que os elementos de identidade citados tenham relevância na atração de leitores “já que os temas” que ele toca em sua página “não são para qualquer estrato social/gênero/idade”.

Frente a estas respostas é possível perceber que nem todos os blogueiros percebem um público similar à da sua própria identidade como predominante na leitura dos conteúdos de suas páginas pessoais. Isso pode acontecer porque nem sempre os comentários dos internautas deixam claro muitos aspectos de suas respectivas identidades, o que torna mais difícil o reconhecimento destes elementos pelos autores das páginas pessoais.

Para averiguar se existe uma relação entre o rol social do blogueiro e a dedicação que o autor tem com sua página pessoal, fizemos a seguinte pergunta:

- 13) O rol social/a profissão que você desempenha tem influência no tempo que você dedica para manter o blog atualizado ou para responder mais aos comentários dos internautas?

As respostas dos blogueiros para esta pergunta deixa clara a relação direta entre o tempo dedicado ao blog e o rol social que cada um deles desempenha. Dependendo da carga de trabalho, eles dedicam mais ou menos tempo e atenção a página pessoal – podendo relegá-la a um segundo plano quando a profissão exige mais energia do blogueiro, como deixou claro o autor de What Time Sailing?

Depois, os blogueiros responderam a seguinte pergunta:

- 14) Você se sente incentivado para responder com maior frequência aos internautas quando eles demonstram concordar mais com o que você escreve no blog?

Ao responder a esta última pergunta, metade dos blogueiros revelou que se sente mais motivado a responder aos internautas que interagem em suas páginas pessoais quando os comentários deles são positivos, enquanto que a outra metade dos blogueiros se sente motivada por opiniões contrárias.

Estas respostas reforçam mais uma vez que o comportamento do autor da página pessoal muda conforme o perfil que ele tem em relação a uma abertura maior ou menor a interação e a opinião dos demais – assim como a motivação para manter o blog.

Entre as respostas para esta pergunta, chama a atenção a do autor de Foxblog: “me sinto mais motivado quando há intercâmbio de ideias contrárias e gosto de conhecer diferentes pontos de vista”. Esta resposta é lógica para alguém que pouco antes havia afirmado já ter mudado de opinião depois de intercambiar ideias

com pessoas que pensavam diferente e que ele havia conhecido através de sua página pessoal.

Com isso, os blogs evidenciam outra vez a potencialidade de aproximar pessoas com vivências e opiniões diferentes e que, com este contato, podem mudar mutuamente de opiniões e sentimentos de pertencimento ao mesmo tempo que as páginas pessoais podem servir como canal para o desabafo de sentimentos e a afirmação dos marcos de identidade de um indivíduo sem espaço para mudanças de opinião. O uso depende da proposta de cada um para a função deste espaço na web.

Finalmente, para aprofundar a investigação a respeito dos efeitos que a interação nos blogs pode ter para os seus autores, fizemos a seguinte pergunta:

- 15) Os argumentos e as opiniões dos internautas que participam com comentários no blog que você mantém influenciam na percepção que você tem de você mesmo ou a tua interpretação da realidade?

A última pergunta do questionário avança no que se havia tentado investigar anteriormente a respeito da capacidade dos blogs em propiciar mudanças na percepção da própria identidade para os seus autores. Novamente as opiniões dos blogueiros que responderam às perguntas se revelaram divididas.

Os autores de Lusanagi's Corner e What Time Sailing? responderam negativamente para a pergunta que buscava saber se os internautas que participam nas suas páginas pessoais tinham alguma influência na percepção que eles têm de si mesmos ou de suas próprias realidades. Importante recordar que para estes autores a interação com os internautas é menos importante que para os outros dois blogueiros.

Já os autores de Bajando al Mono e Foxblog responderam de maneira afirmativa para a mesma pergunta, o que reforça a impressão anterior de que a interação pode influenciar para que as pessoas mudem as suas próprias opiniões ou sentimentos de pertencimento a determinados grupos.

Neste sentido, mais uma vez, o autor de Foxblog demonstra estar aberta a controvérsia e a mudar a si mesmo sempre e quando o argumento do outro lhe convence: "(...) aprendi muitas coisas ao estar por trás do blog e sempre estive aberto a novas experiências, sob meu critério o que pode resultar para mim crescimento pessoal eu o aproveitei e o que não, eu o esqueci".

De acordo com o blogueiro, não existe crise no ato de escutar opiniões diferentes e examinar novamente as próprias opiniões. Interessado em conhecer o que outros pensam, sejam eles coincidentes com ele ou não, o autor da página pessoal se revela mais aberto a mudar se comparado com outros blogueiros que mantêm também espaços passíveis de interação com pessoas que discordam do autor.



## CONCLUSÕES

Com esta tese buscamos compreender melhor a comunicação através dos blogs, observando a manifestação das identidades e a interação entre os autores das páginas pessoais e os internautas que participam destes espaços com comentários. Como será possível observar a seguir com a apresentação das conclusões deste trabalho, com este projeto ficou claro que os elementos de identidade básicos, como gênero, idade e rol social perdem importância nestes contextos para os gostos pessoais e para os hobbies das pessoas.

Elementos de identidade mutáveis e que mostram o “estado de espírito” dos indivíduos em determinado momento de suas trajetórias pessoais acabam determinando os discursos e a interação nos blogs. Também foi possível perceber que muitas vezes os autores destas páginas pessoais estão mais preocupados em expor as suas características do que interagir com as pessoas. Apesar destas características, os blogs revelaram ter um grande potencial de formar comunidades com gostos afins e para aproximar pessoas que tem opiniões diferentes – quando elas estão dispostas a trocar informações.

Com este trabalho, aportamos mais uma análise no marco teórico que estuda a comunicação na internet, ajudando os pesquisadores a entender melhor o que motiva os autores de páginas pessoais e as pessoas que interagem com ele.

Apresentamos as conclusões deste trabalho seguindo a ordem dos objetivos estabelecidos para esta tese e suas respectivas hipóteses:

**1ª) Todo elemento que identifica o autor do blog, seja por suas características pessoais ou pelo sentimento de pertencimento a grupos, entidades e coletivos, influencia na comunicação que este indivíduo vai estabelecer com os seus leitores.**

Estes elementos podem atrair aos interlocutores da comunicação, criando empatia ao aproximar desconhecidos que tem algumas características em comum ou estabelecendo barreiras entre indivíduos que não se sentem familiarizados com os mesmos valores e/ou elementos de identidade.

O sentimento de pertencimento a grupos raciais e étnicos, assim como a grupos que seguem determinada corrente política ou religião aparece em ocasiões muito escassas nos discursos dos blogs analisados.

Neste trabalho, esperávamos descobrir que o blogueiro se sente parte de uma série de coletivos e/ou grupos antes de começar a publicar textos em um blog, mas que esta manifestação de sua identidade pudesse mudar com o tempo dependendo da interação feita com os internautas. Verificamos que isto acontece parcialmente, já que os autores dos blogs se sentem parte de uma série de coletivos antes de começar os seus blogs, mas que esta manifestação não muda com o tempo por causa das interações.

Outra possibilidade era que a análise de conteúdo encontrasse com maior frequência manifestações de pertencimento a grupos nacionais ou de aficionados a determinada prática do que manifestações relacionadas à religião ou política. Esse ponto foi parcialmente confirmado, porque os autores dos blogs costumam manifestar o pertencimento a grupos de aficionados muito mais do que apresentar informações a respeito de política ou religião, mas o mesmo acontece também com o pertencimento a grupos nacionais.

Tínhamos a expectativa de encontrar uma comunidade de pessoas ligadas pelo intercâmbio de informações, opiniões e vivências ao redor de cada blog, independente dos contatos que estas pessoas teriam de forma direta ou pessoal com os blogueiros. Essa afirmação foi parcialmente confirmada, porque ao mesmo tempo que o blog permite a criação de uma série de contatos que não existiam antes da criação da página pessoal, ele também aproxima pessoas que tinham contato direto ou pessoal na vida fora do ambiente da internet.

A expectativa de que o autor principal do blog e os internautas que comentam em seus posts participassem nos mesmos sites ou em blog de terceiros foi parcialmente confirmada. Parte dos internautas e das pessoas que comentam em suas páginas pessoais participam dos mesmos blogs, mas outra parte não participa com comentários nos mesmos espaços utilizados e frequentados pelos blogueiros.

Verificamos também se existe uma relação entre o que o blogueiro e os seus leitores comunicam a respeito de seus sentimentos de pertencimento a grupos. De fato, normalmente os sentimentos de pertencimento a grupos se repetem entre o que uns e outros comunicam.

Finalizando a análise sobre o sentimento de pertencimento de blogueiros e internautas sobre o pertencimento a coletivos, verificamos se as pessoas que não se sentem identificadas com os mesmos elementos de identidade coletiva acabam ficando fora do grupo que normalmente participa das discussões dos blogs. Confirmamos essa possibilidade ao perceber que poucas vezes os internautas apresentam opiniões contrárias ao que os blogueiros ou os demais comentaristas afirmam nas páginas pessoais, o que demonstra que as pessoas que não estão identificadas com os mesmos elementos de identidade não se interessam em participar das discussões nas páginas pessoais.

## **2ª) Elementos de identidade considerados básicos, como o gênero, a idade e o rol social ganham menos relevância do que os hobbies e gostos pessoais na exposição da identidade própria dos blogueiros**

Alguns dos elementos pessoais publicados pelo autor do blog podem revelar dados como a cidade em que ele vive ou alguma rotina de trabalho, mas não necessariamente estes elementos trazem informações sobre a maneira com a qual o autor se identifica em relação aos demais ou em relação a sua própria biografia.

Muitas vezes os dados pessoais estão expostos de forma “bruta”, direta, formal, sem respaldo em uma exposição maior do autor dos conteúdos a respeito de uma aceitação ou recusa da realidade de sua própria vida, por exemplo.

Devido ao grande número de concordâncias nas interações nos blogs, fica evidente que o diálogo costuma ser gerado entre pessoas que tem afinidade. Poucas vezes é possível perceber um diálogo aberto entre pessoas que discordaram alguma vez ou que vivem, realmente, realidades muito diferentes ou conflitantes entre si. Além disso, no estudo de caso foi possível perceber como muitas vezes a interação dos autores dos blogs com os seus leitores que, em teoria, é um dos diferenciais desta ferramenta comunicativa, é ignorada pelos produtores de conteúdo ou, na maioria dos casos, essa interação acontece com uma frequência menor do que a constância com que os textos nos blogs são publicados. A necessidade de falar de seus gostos e hobbies foi confirmada nas entrevistas direcionadas feitas com os blogueiros por e-mail e que, por sua vez, divergem entre si a respeito da importância da interação em suas respectivas páginas pessoais.

A respeito do nível de personalização dos conteúdos, trabalhos com a possibilidade de que nem sempre os dados considerados básicos para conhecer uma pessoa fora da internet, como costumam ser o gênero, a idade e o rol social da pessoa, acabam tendo importância na blogosfera. Esta possibilidade foi confirmada, porque todos os blogs estudados revelaram o gênero do(a) autor(a), mas a idade e o rol social muitas vezes não foram informados nas páginas pessoais.

Esperávamos também que as três informações básicas da identidade pessoal do blogueiro contribuíssem de alguma maneira para definir as pessoas que mais participam de seu blog com comentários ou contribuições de conteúdo. Esta possibilidade não foi confirmada, porque a interação dos internautas com os blogueiros é definida muito mais pelos temas tratados nas páginas pessoais do que por elementos de identidade como gênero, idade ou rol social dos autores dos blogs.

Depois, quisemos avaliar se o blogueiro utiliza o espaço que tem em internet para manifestar bastante de sua vida pessoal ou das suas preferências pessoais para os demais, o que acabaria sendo um incentivo para a interação com os demais internautas. Essa afirmação foi confirmada parcialmente porque alguns autores de páginas pessoais expressam mais de suas vidas pessoais e de suas preferências que outros – não existe uma regra para todos. Mas quando os blogueiros manifestam essa identidade, os internautas tem como hábito contestar aos textos na mesma medida.

Procuramos saber ainda se a comunicação através dos blogs é diretamente estimulada pela exposição da identidade do blogueiro, o que poderia motivar possíveis acordos ou desacordos dele em relação aos comentários dos internautas para os seus textos. Esta afirmação foi confirmada parcialmente, porque a interação estabelecida nos blogs é estimulada pela manifestação dos gostos e das características pessoais dos autores das páginas web, mas nem sempre a manifestação dos internautas resulta em respostas de acordo ou desacordo do blogueiro.

Finalizando a análise sobre o nível de personalização dos conteúdos dos blogs, procuramos saber se não existia uma relação de causa e efeito entre textos que tinham um número maior de elementos de identidade do autor do blog e a publicação de um número maior também de comentários de internautas – isso porque estes comentários seriam motivados por outras razões, como pelos temas dos posts publicados. Esta afirmação foi confirmada porque, de fato, os temas dos posts publicados é o elemento que motiva os internautas em comentar nos blogs.

Não por acaso os gostos pessoais e os hobbies das pessoas ganham destaque nas interações estabelecidas na internet. Estes elementos, mais que outros tradicionais na caracterização das identidades, costumam ser a territorialidade, a religião ou a política, desempenham este papel de espetáculo na vida das pessoas – e, também por isso, eles são mais fáceis de intercambiar.

**3ª) Ainda que as concordâncias entre autores e usuários do blog não dependam de uma manifestação maior da identidade do blogueiro, os participantes mais recorrentes destes espaços tendem a concordar mais com o autor do que aqueles que participam apenas esporadicamente**

Nas páginas pessoais os blogueiros têm o controle completo da comunicação e das interações, permitindo ou não que outras pessoas comentem e, mesmo quando os comentários são permitidos, eles têm o poder para controlá-los.

Além disso, nestes locais e nas comunidades criadas nas redes sociais as pessoas também têm diferentes formas de controle – especialmente quem criou estes espaços. O que é diferente da vida real, aonde mesmo o coordenador de um grupo está sujeito a ser substituído por outra pessoa se o coletivo quiser isso.

Em raras ocasiões – e elas serve como alimento para que as pessoas possam acreditar que estas situações podem se tornar regra – as pessoas utilizaram as comunidades criadas no ambiente virtual para, de fato, se reunirem ao redor de um mesmo propósito prático e “sair para a rua” como ocorreu com o movimento 15 de maio na Espanha, quando milhares de pessoas se juntaram em diferentes cidades para protestar às vésperas das eleições locais no país.

Mas nesta e em outras ocasiões é necessário perguntar se as ferramentas disponíveis nos smartphones e na internet não serviram apenas para concentrar um chamado que foi originado nas comunidades reais e que, antes destas ferramentas, teriam reunido a mesma quantidade de pessoas depois de aparecer nos meios de comunicação de massa tradicionais – ou, antes deles serem criados, através do conhecimento das pessoas do que estava ocorrendo na polis.

Será que verdadeiramente as comunidades que intercambiaram informações na internet e por smartphones tiveram uma origem diferente das comunidades tradicionais ou elas apenas se apropriaram destes meios para tornar as suas demandas mais acessíveis e de difusão mais rápida?

Acredito que as comunidades virtuais tiram proveito das comunidades genuínas o seu potencial de reunir pessoas ao redor de uma mesma causa ou propósito. Mas os espaços virtuais também podem ser utilizados para esta finalidade – ainda que em nosso estudo o que se percebe é a apropriação dos espaços para o debate de assuntos de espetáculo, como os gostos e hobbies pessoais, muito mais do que de temas que podem ser de interesse comum ou público.

Importante ressaltar que este estudo não confunde a condição das coisas com um cenário imutável. Sabemos que a criação de soluções, ferramentas e recursos está disponível para qualquer pessoa que tenha interesse em encontrar soluções para os problemas, assim como o uso de ferramentas e de criações disponíveis depende de cada pessoa e grupo.

Aqui sinalizamos alguns problemas e contradições da comunicação desenvolvida no ambiente das páginas pessoais criadas na internet. Com esta reflexão, temos como objetivo jogar luz em mecanismos que não se configuraram como evidentes nas relações mediadas por computadores. Junto com outros estudos, talvez este também poderá contribuir para tornar mais evidentes as contradições e, desta forma, ajudar para que as pessoas se apropriem, modifiquem ou possam criar melhores soluções para o que não lhes parece bem atualmente.

Esperávamos encontrar com este trabalho uma correspondência entre os elementos de identidade manifestados pelo blogueiro e os que os internautas fizeram públicos na sequência através de seus comentários. Essa possibilidade foi parcialmente confirmada porque nem sempre a manifestação de determinadas características por parte dos blogueiros resultou em uma resposta similar por parte dos leitores dos blogs por eles mantidos.

Outra possibilidade levantada por este trabalho é que os elementos de identidade pessoal e coletiva em jogo na comunicação se tornam mais comuns na medida em que a interação é desenvolvida. Esta possibilidade não foi confirmada porque percebemos que a manifestação destes elementos não se tornou mais comum na medida em que a interação entre os blogueiros e os internautas se desenvolveu.

Procuramos saber ainda se o que o blogueiro comunica como sendo de sua personalidade ou de seu sentimento de pertencimento a grupos ou coletivos consegue uma maior correspondência com os internautas que participam com uma maior frequência com comentários em seu blog pessoal. Essa possibilidade foi confirmada porque os internautas que participam com maior frequência no blog manifestam mais elementos de identidade em correspondência com o que o blogueiro manifesta destes mesmos elementos.

Outra possibilidade era de que na mesma medida que os internautas manifestam as suas opiniões favoráveis ou não ao que o blogueiro disse anteriormente, o autor do post se sente mais ou menos disposto a seguir com o debate de determinado tema. Esta afirmação não foi confirmada porque não existe uma relação direta entre as manifestações dos internautas aos posts e uma maior ou menor disposição do blogueiro para responder aos seus leitores.

Buscamos saber se uma maior exposição das opiniões do blogueiro no debate em um jogo de concordar ou discordar dos internautas deixa ainda mais claro o sentimento dele de pertencimento ou de identificação com determinados grupos ou pessoas. Esta possibilidade não foi confirmada porque poucos blogueiros demonstraram ter o costume de responder aos internautas, fazendo com que não foi possível perceber uma relação entre uma maior exposição das opiniões deles quando o debate começa a ser desenvolvido.

Finalmente, procuramos saber se a quantidade de acordos e desacordos reflete possíveis barreiras ou ruídos na comunicação, o que pode dificultar o êxito do blog enquanto espaço comunicativo. Essa possibilidade foi parcialmente confirmada porque foi possível perceber que os blogueiros tendem a buscar a concordância dos internautas para os conteúdos que eles publicam.

Quando isso não acontece, algumas vezes os blogueiros demonstram discordância com os seus leitores para enfatizar as suas opiniões. Outras vezes, os blogueiros simplesmente não respondem aos internautas. De qualquer forma, o blog muitas vezes não apresenta todo o potencial de intercâmbio de opiniões que poderia explorar. Poucas vezes as pessoas que interagem com os produtores de conteúdos

dos blogs através de mensagens publicadas no final dos posts inserem elementos novos na conversação.

**4ª) Os elementos de identidade pessoal em comum e a maior exposição pessoal do blogueiro não estimulam os internautas a participarem mais do blog, e sim a identificação de temas que sejam de interesse de uns e de outros**

Uma das possibilidades deste estudo é que os textos em que o blogueiro expressa mais histórias pessoais, envolvendo na narrativa experiências pessoais com familiares e amigos ou, de outra forma, quanto mais o autor fala de seus gostos, hobbies, etc., mais os internautas se sentem estimulados para participar com comentários que podem ou não conter elementos similares. Essa afirmação não foi confirmada porque percebemos que não existe uma relação direta entre textos mais pessoais nos blogs e uma participação maior dos internautas nas páginas web por intermédio da publicação de comentários.

Também buscamos saber se quanto mais o blogueiro manifestas os seus sentimentos e os elementos de identidade que ele tem através de seus textos mais estimulados se sentem os internautas a participar do blog com opiniões de acordo ou desacordo. Esta afirmação não foi confirmada porque foi possível perceber que joga um papel mais importante na interação nos blogs a correspondência de elementos de interesse entre os diferentes agentes envolvidos na interação do que, propriamente, a intensidade da exposição pessoal dos autores das páginas web.

Outra possibilidade é que existem mais elementos em comum que elementos de identidade diferentes entre as pessoas que costumam participar dos blogs estudados. Essa afirmação não foi confirmada porque não existe uma relação direta entre textos que apresentam uma maior quantidade de elementos de identidade e uma resposta mais “favorável” (ou positiva, de concordância) por parte dos internautas.

Verificamos se os elementos de identidade pessoal definem a maior parte da comunicação nos blogs – garantindo a participação de um grupo de pessoas com maior frequência. Essa afirmação foi parcialmente confirmada, porque os assuntos de interesse, seguidos dos gostos culturais, das manifestações de satisfação pessoal ou profissional, assim como das manifestações de identificação ou de rechaço dos interlocutores com a realidade que eles vivem são os elementos de identidade que registram uma maior correspondência entre blogueiros e internautas.

Descontadas as exceções, percebemos que não existe uma relação direta entre textos que apresentam uma maior quantidade de elementos de identidade pessoal ou sentimentos de identidade coletiva e uma maior participação dos internautas que interagem nas páginas pessoais. A quantidade de comentários e a interação entre blogueiros e internautas não dependem, assim, de uma exposição mais acentuada por parte do produtor de conteúdos.

Ainda que as pessoas procurem as páginas pessoais para conhecer a opinião e mais sobre a vida e o cotidiano de seus autores, uma maior exposição de elementos de identidade destas pessoas não motiva uma maior exposição por parte dos internautas que se manifestam nos espaços disponíveis para a interação.

Levando em conta a quantidade significativa de pessoas que dizem ler blogs pessoais com frequência, é possível concluir que a maioria dos leitores apenas recebem as informações, mas dificilmente atuam na construção de conteúdos ou

mesmo de significados através da publicação de suas próprias opiniões e da interação com os produtores de conteúdos e os demais internautas.

**5ª) A interação dos internautas com os blogueiros independe dos temas que são tratados no blog e também não influencia na escolha dos assuntos que são tratados pelo autor da página pessoal**

Avaliando o que se comunica nos blogs tendo em conta as páginas selecionada para o estudo de caso, podemos observar que os assuntos de interesse dominam os discursos dos blogueiros, assim como os comentários dos internautas que atuam na interação com os autores das páginas pessoais.

Em segundo lugar e muito de perto aparecem os elementos que deixam transparecer os gostos culturais dos produtores de conteúdo. Estes dados comprovam a predominância de elementos de identidade mais facilmente mutáveis como os que aparecem com maior frequência nos textos e nos comentários das pessoas que participam destes ambientes de interação.

Outra característica da comunicação nas páginas pessoais é de que os blogueiros e os internautas que com eles se comunicam tendem a escrever e revelar essencialmente características próprias, gostos pessoais, mas em um discurso direcionado para a prática do espelhismo. Ou, em outras palavras, falam essencialmente de si mesmos para quem queira interessar-se sobre as suas vidas, mas sem falar muito de suas interações na vida cotidiana. O “eu” acaba sendo o centro da comunicação, muito mais que o seu entorno de amizades, familiar, etcetera.

A respeito da interação com os internautas que participam dos blogs através de comentários publicados no final dos textos publicados na página pessoa, identificamos que os autores dos blogs sentem, mediante a interação com os internautas, uma correspondência dos discursos que costumam praticar em suas páginas pessoais. A análise da interação entre blogueiros e os demais internautas revelou uma quantidade menor de discordância por parte dos internautas em relação aos blogueiros do que destes últimos em relação a aqueles que publicaram comentários nos posts.

Esta representação elaborada pelo usuário de internet permite mostrar uma imagem desejável de si mesmo desde a que ele aspira ser percebido e a partir da qual se recebem as respostas de amigos e contatos que permitem modificar e adequar dita imagem a como ele quer ser tratado. Seguros de que têm a comunicação em suas mãos, os autores das páginas pessoais seguem uma linha de temas em suas páginas web sem se importarem tanto com o que os internautas podem opinar a respeito de suas publicações. Isso pode ser percebido pelas raras ocasiões em que comentários de internautas provocaram alguma mudança nos discursos dos blogueiros.

Ainda que não se pode negar que os autores dos blogs buscam audiência e, especialmente, a participação dos leitores por intermédio de comentários que seguem as suas publicações, as manifestações de opiniões e de características pessoais por parte dos interlocutores dos blogueiros não influenciam nos temas escolhidos para o blog. Isso é o mesmo que dizer que os assuntos escolhidos pelos autores dos conteúdos mantêm uma lógica e um padrão independentemente das manifestações de seus leitores.

Neste trabalho, uma das possibilidades verificadas era de que o blogueiro poderia trabalhar mais determinados assuntos ou temas conforme ele percebesse que

teria mais ou menos “audiência” dos internautas ou, em outras palavras, conforme percebesse que o seu discurso era entendido de maneira mais clara e com maior participação das pessoas em determinados temas do que em outros. Essa afirmação não foi comprovada porque percebemos que não existe uma correspondência entre discordâncias por parte dos blogueiros em relação aos interlocutores e uma mudança dos temas tratados por eles em suas páginas pessoais.

Outra possibilidade é que alguns temas resultassem em maior ou menor participação dos internautas através de comentários no blog. Essa afirmação não foi comprovada, porque a participação dos internautas através de comentários no blog é notada em diferentes temas, sem que alguns deles apresentem sempre uma participação maior do que outros.

Procuramos verificar se alguns temas propostos pelo blogueiro têm mais ou menos compreensão ou manifestações de acordo ou desacordo por parte dos internautas. Essa afirmação não foi comprovada porque os acordos e desacordos dos internautas a respeito dos posts dos blogueiros não dependem dos temas tratados e tem muito mais a ver com os gostos dos leitores.

Finalmente, procuramos saber se o blogueiro pode mudar os seus discursos e/ou sua maneira de expressar-se conforme ele foi interagindo com os demais internautas através de seu blog pessoal. Essa afirmação não foi comprovada porque os autores costumam seguir uma linha de temas em suas páginas web sem se importarem tanto com o que os internautas podem opinar a respeito de suas publicações.

**6ª) A divulgação de outras páginas pessoais ou sites na internet é aplicada por menos da metade dos blogueiros mas, quando isso é feito, os autores costumam divulgar páginas em que eles também atuam ou de conhecidos/pessoas com as quais eles compartilham os mesmos interesses**

Uma questão importante que não ficou clara na análise de conteúdo, mas que se tornou um pouco mais evidente nas entrevistas em profundidade, é a que está relacionada com a ideia de que as páginas pessoais incentivam a criação de uma rede de outras páginas pessoais e, desta forma, elas formariam um coletivo de produtores de conteúdos. Um dado curioso deste estudo de caso é que 41% dos blogs pessoais analisados não reservam nenhum espaço para a publicação de links para outras páginas que tem as mesmas características.

Esse número é expressivo e demonstra que não existe uma regra ou mesmo uma tendência para que os blogueiros incentivem os seus leitores a buscarem mais informações em outras páginas pessoais como as suas – o que seria, pelo número de comentários que um blogueiro costuma deixar em outras páginas web, algo fácil de ser feito já que o autor tem como um de seus costumes relacionar-se com outros blogueiros.

Uma explicação para isso é que não existe uma relação direta entre a participação dos autores nas páginas de outros produtores de conteúdos e a “oficialização” de uma rede de contatos de fácil identificação para um internauta que frequente a página pessoal deste determinado autor. Outro dado interessante é que na maioria das situações em que o blogueiro mantém espaço para a indicação de outras páginas pessoais, é possível perceber que este autor indica blogs nos quais ele costuma participar através de comentários.



Nosso estudo demonstra que a questão da formação de uma rede de comunicação ao redor dos blogs pessoais não tem relação direta com o tempo de existência dos blogs ou a interação que o blogueiro pode ter desenvolvido com outros autores de páginas pessoais.

A escolha para o tipo de link publicado ou a quantidade de indicações tem mais a ver com a proposta do blogueiro e seu interesse para difundir o seu blog na internet do que com alguma relação com a antiguidade da página web. Em algumas situações, contudo, foi possível perceber algumas práticas, especialmente por parte dos autores que começaram as suas páginas faz pouco tempo, no sentido de “intercambiar” indicações com outros blogueiros para, desta forma, tentar subir nos mecanismos de busca e ganhar mais leitores com isso.

Uma das possibilidades deste trabalho era de que o autor do blog divulga em sua página web, com certa frequência, blogs e páginas web com as quais mantém algum contato e/ou participação, formando desta forma, e através de seu blog, uma rede de comunicação visível que podia ou não existir antes da criação de sua página web. Esta afirmação não foi confirmada, porque a ausência de links em 41% dos blogs para outras páginas pessoais revela que não existe uma relação direta entre a participação de uns autores nas páginas de outros produtores de conteúdos e a “oficialização” de uma rede de contatos de fácil identificação para um internauta que frequenta a página pessoal deste determinado autor.

Também verificamos se os sites ou blogs nos quais o autor estudado participa acabam chamando para a sua página web os respectivos autores destes espaços e/ou parte de seus leitores. Essa afirmação foi parcialmente confirmada porque na maioria das situações em que o blogueiro mantém espaço para a indicação de outras páginas pessoais é possível perceber que este autor indica blogs nos quais ele costuma participar através de comentários.

Procuramos entender se quanto mais tempo faz que um blog foi criado, mais contatos com outros blogueiros foram estabelecidos conforme a interação com estes autores vai sendo desenvolvida. Esta afirmação não foi confirmada porque verificamos que não existe uma relação direta entre o tempo de existência dos blogs, a interação que o blogueiro pode ter desenvolvido com outros autores e uma maior indicação de páginas externas para os internautas que costumam visita-los.

Outra possibilidade era que a interação com outros blogueiros acaba transformando o blog estudado em um ponto de encontro antes inexistente de pessoas que têm as mesmas opiniões ou determinados assuntos em comum. Essa afirmação foi confirmada porque existe uma tendência nas páginas pessoais para criar uma rede de links e de referências para páginas similares, sejam elas de amigos dos autores dos conteúdos e que também mantêm blogs atualizados ou de pessoas que mantêm blogs e com as quais os autores das páginas pessoais se identificam.

Finalmente, verificamos se o espaço disponível para a interação afeta pouco o número de participações já que o que se percebe como mais significativo na comunicação dos blogs é a manifestação de características das identidades das pessoas que fazem parte da comunicação ou, em outras palavras, que a comunicação se dá de maneira mais constante quanto mais as pessoas se expõem e interagem entre si. Essa afirmação não foi confirmada porque não existe uma relação direta entre uma maior quantidade de recursos disponíveis para a interação com uma efetiva maior participação dos internautas nos espaços dos blogs.

Existe também uma tendência nas páginas pessoais para criar uma rede de links e de referências para páginas similares, sejam elas de amigos dos autores dos

conteúdos e que também mantêm blogs atualizados ou de pessoas que mantêm blogs e com as quais os autores das páginas pessoais se identificam.

Mas é importante destacar que, além do fato de que os blogueiros costumam indicar outros produtores de conteúdos de páginas pessoais, é evidente o fato de que muitos deles intercambiam indicações uns com os outros. Por isso, é possível perceber um número significativo de indicações para páginas que mantêm algum vínculo com o blog estudado como referência.

**7ª) Os blogueiros costumam visitar páginas similares mas não deixam isso claro para os seus respectivos leitores, estabelecendo relações que ficam invisíveis para a maioria e que não dependem de elementos de identidade primária, como gênero, idade ou rol social**

Das 41 páginas pessoais estudadas, apenas 10 aparecem indicadas por links por algum dos outros autores que fazem parte deste estudo de caso. Esse dado reforça como, ainda que seja possível chegar a estas e outras páginas pessoais através da publicação de comentários em uma ou mais páginas pessoais, poucos são os blogs que oficialmente ou, efetivamente, aparecem compondo uma rede de interação.

O que é o mesmo que dizer que o intercâmbio de informações, gostos e visitas entre distintos blogueiros não chega a solidificar-se por meio de uma rede de links e de recomendações, e sim deixa fios de interação acessíveis para aqueles que percebem os intercâmbios propostos pelos comentários publicados nos posts. Desta forma, a rede de comunicação que se forma ao redor das páginas pessoais não incentiva o intercâmbio de visita ou de dados periódicos entre os autores. Esta rede é composta, assim, em sua maioria por fios de conexões quase invisíveis ou, pelo menos, pouco visíveis. Apenas pessoas interessadas em acompanhar os diferentes produtores de conteúdos e cada um de seus interlocutores poderia perceber possíveis relações de fundo.

Analisando o impacto da existência de poucos ou muitos canais para a interação dos internautas nas páginas pessoais podemos concluir que a citação de comentários de internautas nos textos dos blogueiros, a disponibilidade de um correio eletrônico de contato com o autor dos conteúdos ou a disponibilidade de ferramentas de inserção de conteúdos por parte dos internautas não influencia em uma maior publicação de comentários por parte dos públicos que acessam as páginas web pessoais.

Quem sabe porque os internautas também não estão, todavia, acostumados a participar de outra maneira que não pela publicação de mensagens no final dos textos. Observando o perfil dos autores das páginas pessoais, identificamos a predominância de alguns aspectos na comparação com outros. Por exemplo, existe um número maior de páginas na web produzidas por homens.

Também foi possível observar uma baixa correspondência entre os distintos autores dos blogs que formam a rede de comunicação ao redor das páginas pessoais no que se refere a dois dos três critérios de identidade considerados básicos – idade e rol social. O que comprova que estes “valores” perdem importância nas relações estabelecidas no ambiente da internet.

A primeira possibilidade que verificamos é se o autor, através de seu blog, estabelece uma série de contatos que antes da publicação da página pessoal não existiam em relação a diferentes autores como ele. Essa afirmação foi parcialmente

confirmada porque ao mesmo tempo que o intercâmbio de informações, gostos e visitas entre diferentes blogueiros não chega a solidificar-se por meio de uma rede de links e de recomendações, é possível notar nas declarações dos blogueiros que eles estabeleceram uma série de contatos com outros autores que tem gostos afim depois que eles criaram as suas próprias páginas pessoais.

Verificamos também se a maior parte dos links publicados no blog remete os leitores deste espaço para outros blogs que tem características em comum. A afirmação não foi confirmada, porque a rede de comunicação que se forma ao redor das páginas pessoais não incentiva o intercâmbio de visitas ou de dados periódicos entre os autores.

Outra possibilidade é que as relações de comunicação na chamada “comunidade virtual” se desenvolvem baseadas em elementos similares que fazem as pessoas se aproximarem ou não de outras no mundo físico, ou seja, que elementos como “gênero”, “idade” e “rol social” também sejam determinantes para a formação de um grupo de blogueiros. Essa afirmação não foi comprovada porque a baixa correspondência entre os distintos autores dos blogs que formam a rede de comunicação ao redor das páginas pessoais no que se refere a dois dos três critérios de identidade considerados básicos – idade e rol social – comprova que estes “valores” perdem importância nas relações estabelecidas na internet.

#### **8ª) Dependendo do nível de exposição do autor do blog, alguns temas aparecem mais que outros, ainda que uma maior exposição dos autores não seja determinante para a interação dos internautas, que opinam independentemente do nível desta exposição**

Analisando a escolha dos temas por parte dos blogueiros em suas publicações mais pessoais, é possível estabelecer que os textos que trazem uma carga maior da identidade do blogueiro tratam de temas que as publicações sem esta carga de identidade não costumam abordar.

Esta tendência faz refletir sobre que tipo de temas dominariam o cenário da blogosfera se, por acaso, as páginas pessoais fossem essencialmente baseadas em uma carga de manifestação de identidades ainda maior do que aquela registrada atualmente. Alguns temas, neste cenário, ficariam fora da comunicação estabelecida nestes espaços ou mudaria a forma com que temas “menos pessoais” seriam tratados por diferentes autores?

Os primeiros dados analisados neste estudo de caso apontam para a direção de que alguns temas passariam a ser ignorados pelos diferentes nichos que se formariam ao redor das páginas pessoais. Nestes contextos e nichos, uma variedade considerável de temas seria ignorada. Especialmente aqueles temas que fazem referência a aspectos das identidades pessoais e dos sentimentos de pertencimento mais complexos, como são os que fazem referência à territorialidade, às crenças religiosas, às posturas políticas ou partidárias, a noção de raça e/ou etnia, entre outros temas que, pelo que foi analisado nos blogs estudados, perdem espaço para questões de identidade mais “líquidas” /fluídas.

Interessante avaliar também o número expressivo de textos publicados nas páginas pessoais que não se caracterizam, exatamente, por uma exposição de identidade relevante. A maioria dos textos dos blogs do estudo de caso, mais precisamente 51% do total, apresenta um nível de personalização nulo ou baixo, o que

evidencia que os internautas não buscam, necessariamente, textos mais pessoais para manifestarem suas opiniões e/ou evidenciar as suas próprias características pessoais, sentimentos de pertencimento com grupos e demais manifestações.

A respeito da interação com os internautas que publicaram comentários nos posts dos blogs estudados, é possível perceber que apenas os jornalistas, acostumados ao contato com as audiências e os públicos de outros meios apresentam uma preocupação marcante para responder aos internautas. Esses profissionais, que conhecem por sua formação a importância da interação, procura, também na plataforma dos blogs, alimentar o diálogo e o contato com os seus públicos.

A respeito dos demais roles sociais, é possível observar um equilíbrio entre uma grande resposta dos autores aos internautas e a ausência de respostas. Engenheiros informáticos, estudantes e os demais profissionais tendem a responder mais ou menos motivados por outros parâmetros que não os seus roles sociais.

Por outro lado, os dados apresentados demonstram que os engenheiros informáticos, mais familiarizados com os computadores, internet e a tecnologia de ponta, demonstram um interesse maior por manter as suas páginas pessoais mais atualizadas que outros autores que desempenham outros roles sociais.

Assim, os roles sociais influenciam, assim como outros fatores, para uma maior ou menor atualização das páginas pessoais. Na entrevista feita com os blogueiros esta relação direta entre rol social e atualizações mais frequentes nas páginas pessoais foi confirmada.

Sem contar a correspondência ou não dos elementos de identidade manifestados pelos internautas a respeito do que os autores das páginas manifestaram, observando apenas a quantidade de respostas, é possível concluir que textos mais pessoais nas páginas dos blogs incentivam as pessoas que participam destes espaços através de comentários a manifestarem as suas opiniões com uma frequência maior.

A diferença da proporção entre as manifestações de identidade dos internautas nas interações com os blogueiros varia do dobro ao triplo em uma comparação entre os textos mais pessoais dos autores e aqueles que não apresentam nenhuma manifestações pessoal deles. Estes dados demonstram como existe uma relação direta entre uma quantidade maior de expressões de identidade entre uns interlocutores e outros, ou seja, existe uma espécie de sentimento de ânimo por parte dos internautas em expressar elementos de suas identidades quando é possível perceber o mesmo gesto de expressão por parte dos autores das páginas pessoais.

Assim, nos espaços das páginas pessoais existe uma tendência tanto para que os internautas sigam as manifestações de identidade dos blogueiros quanto estes autores demonstram uma vontade de seguir as linhas de manifestações de seus interlocutores. Existe pouco espaço, desta maneira, para publicações que sejam distintas do que costuma ser publicado por uns e outros.

Com estas análises, concluímos que existe muito espaço, ainda, para que a comunicação nos blogs avance para uma maior interação entre os produtores dos conteúdos e as pessoas que interagem com eles. Da mesma maneira, existe uma limitação de elementos de identidade expostos com maior frequência.

A concordância nas interações também evidencia o pouco espaço para o confronto real de ideias e o contato com realidades distintas daquelas vividas pelos produtores de conteúdos. Ou as pessoas não estão “se aventurando” a conhecer

realidades que não estejam em seus próprios cotidianos, ou não se sentem seguras para manifestar suas opiniões quando visitam páginas pessoais com estas características.

Buscamos verificar com este trabalho se não existe uma relação de causa entre a preocupação do blogueiro em escrever de maneira mais pessoal e os temas que acabam sendo publicados no blog – ou seja, que se possa escrever de maneira muito pessoal sobre temas que aparentemente não tem essa conotação e ao contrário. Essa afirmação não foi confirmada porque é possível estabelecer uma relação entre textos mais pessoais e a eleição dos assuntos abordados pelos seus autores – textos que trazem uma carga maior da identidade do blogueiro tratam de temas que os textos sem esta carga de identidade não costumam abordar.

Procuramos também saber se um maior nível de personalização dos conteúdos não tem relação direta com uma maior participação dos internautas, já que isto seria determinado em uma maior medida pelos temas propostos. Esta afirmação foi comprovada, porque a maioria dos textos, 51% do total, apresenta um nível de personalização nulo ou baixo, o que evidencia que os internautas não buscam, necessariamente, textos mais pessoais que manifestarem as suas opiniões e/ou evidenciar suas próprias características pessoais, sentimentos de pertencimento com grupos e demais manifestações.

### **9ª) O rol social desempenhado pelo blogueiro influencia na longevidade, nas atualizações e na frequência com que ele interage com os leitores de sua página pessoal, tendo maior interesse neste sentido jornalista e engenheiros informáticos**

Neste trabalho procuramos saber se a questão de gênero ainda é mais determinante para a escolha de determinados temas em detrimento de outros temas se comparado com outras características pessoais, como o rol social do blogueiro, o entorno aonde ele vive ou outras características pessoais. Essa afirmação não foi confirmada porque existem alguns temas que aparecem com maior frequência nos blogs independente dos gêneros dos autores.

Textos que trazem informações curiosas sobre assuntos do cotidiano, especialmente da vida e do trabalho dos autores, assim como conteúdos que ressaltem aspectos do próprio âmbito da blogosfera ou da internet costumam ser mais comuns entre os distintos autores – homens e mulheres.

Procuramos saber também se o rol social do blogueiro interfere em seu interesse em responder de maneira mais ou menos frequente aos internautas – ou seja, se o blogueiro que depende de alguma forma do seu blog para ganhar a vida, por exemplo, dedica mais tempo para responder aos internautas do que em outras situações. Essa afirmação foi parcialmente confirmada. Apenas os jornalistas, acostumados ao contato com as audiências e os públicos de outros meios de comunicação – em teoria, pelo menos, já que nas universidades a interação faz parte dos currículos das graduações – apresentam uma preocupação evidente de responder aos internautas.

A respeito dos demais roles sociais, é possível observar um equilíbrio entre uma grande resposta dos autores aos internautas e a ausência de respostas. Engenheiros informáticos, estudantes e os demais profissionais verificados neste trabalho tendem a responder mais ou menos motivados por outros parâmetros que não os seus roles sociais.

Também procuramos verificar se os blogs pessoais mais antigos na blogosfera foram criados por pessoas que têm alguma ligação com profissões tecnológicas ou da comunicação. Essa afirmação foi comprovada, porque os blogs mais antigos, de fato, estão relacionados com pessoas interessadas na informática e também na comunicação – normalmente atuando nestas duas áreas.

Outra possibilidade é que as pessoas que mais atualizam os seus blogs são aquelas que desempenham roles sociais de alguma forma relacionados com tecnologia, internet ou comunicação. Essa afirmação foi comprovada porque os engenheiros informáticos, mais familiarizados com os computadores, internet e a tecnologia de ponta, demonstram um interesse maior por manter as suas páginas pessoais mais atualizadas do que outros autores que desempenham outros roles sociais.

Verificamos se os espaços de interação para os internautas não têm relação com as respostas mais ou menos coincidentes deles com o que opinam os blogueiros. Essa afirmação foi comprovada, porque percebemos que não existe uma relação direta entre os tipos e a quantidade de canais para a interação e uma consequente manifestação de opiniões por parte dos internautas. Na mesma medida, não existe uma relação entre respostas mais positivas ou de concordância dos internautas e uma maior disponibilidade de canais de interação nos blogs.

Outra possibilidade é que existe uma relação causal entre textos mais pessoais do autor do blog com comentários que apresentam uma maior carga de elementos de identidade pessoal e coletiva por parte dos internautas. Essa afirmação foi comprovada, porque textos mais pessoais nas páginas pessoais incentivam as pessoas que participam destes espaços através de comentários a manifestarem as suas opiniões com uma frequência maior e, quem sabe, com uma maior profundidade a respeito de suas características pessoais.

Procuramos saber, também, se o blogueiro, ao ver os seus textos respondidos de maneira mais positiva do que negativa, se sente mais propenso a manter o diálogo com os internautas que nas situações em que ele é mais criticado do que elogiado. Essa afirmação não foi comprovada porque não existe uma relação direta entre respostas positivas dos internautas e um maior diálogo do blogueiro com os seus leitores.

Verificamos se o blogueiro reage da mesma forma com que os internautas respondem aos seus textos, ou seja, se quanto mais os internautas demonstram acordo ou desacordo com o que foi publicado, mais o blogueiro responde da mesma forma. Essa afirmação foi parcialmente comprovada porque existe uma identificação muito maior dos “visitantes” das páginas pessoais em relação aos conteúdos publicados do que podemos verificar por parte do autor em relação aos comentários dos internautas.

As ferramentas estão disponíveis e acessíveis. Cada vez mais pessoas estão se expondo na internet através destas várias opções criadas para a manifestação de identidades, conteúdos e para a interação. Ainda assim, o que podemos observar, até agora, é que todos estes espaços seguem repetindo velhos padrões da comunicação de massa e que tornam desigual a comunicação entre produtores e consumidores de conteúdos, ou mesmo perpetuando as características da sociedade de risco e da modernidade líquida sem apresentar uma alternativa coletiva para elas. Ainda que o uso destas ferramentas é variável de acordo com o perfil de seus autores – como foi possível evidenciar com as entrevistas em profundidade feita com alguns dos autores de blogs neste projeto.

Resta saber se um dia estas mesmas ferramentas serão utilizadas com maior frequência e efetivamente para a criação de alternativas para o que já está estabelecido ou se vão apenas garantir ou aprofundar ainda mais as características do cenário atual.

## BIBLIOGRAFIA

- ADORNO, T. (1969): Crítica Cultural y Sociedad. Barna: Ariel.
- ALONSO, J. Y MARTINEZ, L. (2003): "Medios interactivos: caracterización y contenidos". En Díaz Noci, J., y Salaverria, R. (coords.), Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel.
- ALVÍDREZ VILLEGAS, J.S. (2012): Contacto Interétnico en una Comunicación Mediada por Ordenador: Efectos del anonimato y de una conducta disconforme al estereotipo de grupo en la reducción del prejuicio y atracción hacia el exogrupo. Tesis doctoral presentada en el Departamento de Sociología y Comunicación. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- ARCILA, C. (2010): La Presentación de Sí-Mismo en Blogs y Redes Sociales. Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones", 3 (1), Artículo 8. Disponible en <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>
- \_\_\_\_\_ (2011): Análisis Comparativo de la Presentación Personal Virtual en Diferentes Espacios de Interacción. En Fonseca, Journal of Communication, n. 3.
- BALLESTEROS, B. (2006): Lugares en ninguna parte. Burgos: Editorial Gran Vía.
- BAOILL, A.O. (2004): Weblogs and the Public Sphere. En Gurak, L.J.; Antonijevic, S.; Johnson, L.; Ratliff, C. y Reyman, J. (eds): Into the Blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Disponible en [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs\\_and\\_the\\_public\\_sphere.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/weblogs_and_the_public_sphere.html)
- BAUMAN, Z. (2007): Modernidad Líquida. Buenos Aires: Fonde de Cultura Económica.
- BAUSCH, P., HAUGHEY, M. Y HOURIHAN, M. (2002): We Blog: Publishing online with weblogs. Indianapolis: Wiley Publishing, Inc.
- BECK, U.; GIDDENS, A.; LASH, S. (1997): Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno. Madrid: Alianza Editorial.
- BERGER, P.L.; LUCKMANN, T. (2006): La Construcción Social de la Realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- BERNETE, F. (2010): "Identidad e integración de los jóvenes en el mundo adulto en la era de la "cultura digital". Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones". Vol. 3, núm 1, junio 2010. ISSN: 1856-9536. Publicación electrónica disponible en: <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/>
- \_\_\_\_\_ (2013): "Identidades y mediadores de la ciudadanía digital" en Sierra Caballero, Francisco (ed.): *CIUDADANÍA, TECNOLOGÍA Y CULTURA. Nodos*



*conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Madrid: Gedisa, PP. 123-151.

- \_\_\_\_\_ (2014): "Análisis de contenido" en Lucas, A. y Noboa, A (coordinadores): *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos*. Montevideo, Uruguay, Fundación de Cultura Universitaria, pp. 245-282
- BLANCHARD, A. (2004): Blog as Virtual Communities. En Gurak, L.J., Antonijevic, S., Johnson, L., Ratliff, C. y Reyman, J. (eds): *Into the Blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Disponible en [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogs\\_as\\_virtual.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogs_as_virtual.html)
- BLINKA, L. (2013): The 'Good' and the 'Bad' of the Internet: Studying Subjective Well-being as an Outcome of Young People's Online Practices. Estonia: Institute of Journalism, Communication and Information Studies of University of Tartu.
- BLOOD, R. (2000): "Weblogs: a history and perspective", artículo publicado en 7 de septiembre de 2000. Disponible en [http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html)
- \_\_\_\_\_ (2002): *The Weblog Handbook: Practical advice on creating and maintaining your blog*. Perseus Publishing: Cambridge, MA.
- \_\_\_\_\_ (2003): *Weblogs and Journalism in an Age of Participatory Media*. In Rebecca's Pocket, disponible en [HTTP://WWW.REBECABLOOD.NET/ESSAYS/WEBLOGS\\_JOURNALISM.HTML](HTTP://WWW.REBECABLOOD.NET/ESSAYS/WEBLOGS_JOURNALISM.HTML)
- BONEVA, B.; KRAUT, R. Y FROHLICH, D. (2000): Using E-mail for Personal Relationships. The Difference Gender Makes. *American Behavioral Scientist*, Vol. 45, no. 3.
- BOYD, D. (2004): *Broken Metaphors: Blogging as liminal practice*. disponible en <http://www.danah.org/papers/BrokenMetaphors.pdf>
- \_\_\_\_\_ (2006): *A Blogger's Blog: Exploring the definition of a medium*. Reconstruction, 6. Disponible en <http://reconstruction.eserver.org/064/boyd.shtml>
- \_\_\_\_\_ (2008): *None of This is Real. Structures of Participation in Digital Culture*. Ed. Joe Karaganis. New York: Social Science Research Council.
- \_\_\_\_\_ (2008): *Friendship*. en *Hanging Out, Messing Around, and Geeking Out: Kids Living and Learning with New Media*, eds. Ito, M.; Baumer, S.; Bittanti, M.; Boyd, D.; Cody, R.; Herr-Stephenson, B.; Horst, H. A.; Lange, P. G.; Mahendran, D.; Martinez, K.; Pascoe, C.; Perkel, D.; Robinson, L.; Sims, C.; Tripp, L. Cambridge: MIT Press, <http://www.danah.org/papers/>
- \_\_\_\_\_ (2010): *Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications*. en *Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, ed. Zizi Papacharissi, 39-58. Nueva York: Routledge.

- \_\_\_\_\_. Y HEER, J. (2006): Profiles as Conversation: Networked Identity Performance on Friendster. Proceedings of the Hawai'i International Conference on System Sciences (HICSS-39).
- BRAKE, D.R. (2009): As If Nobody's Reading?: The imagined audience and socio-technical biases in personal blogging practice in the UK. Tesis submetida en el Departament of Media and Communications of the London School of Economics, London.
- BUSTAMANTE PARODI, S. (2010): Del Di ario íntimo al Diario Online: Construcción de identidad de los adolescentes limeños a través del espacio autobiográfico en internet: blog y redes sociales. Tesis presentada para obtener el grado de M gister en Comunicaciones. Lima: Pontificia Universidad Católica del Peru.
- C CERE, M.D.; SAN ROMÁN, J.A.R.; BR NDLE, G. (2009): Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. En Cuadernos de Información y Comunicación. Vol. 14.
- CASTELLS, M. (1997): "Identidades". Madrid: El País, art igo de Opinión, 20/12/2007.
- \_\_\_\_\_. (2000): La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 1. La Sociedad Red. Madrid: Alianza Editorial.
- \_\_\_\_\_. (2001): La galaxia internet. Reflexiones sobre internet, empresa y sociedad. Barcelona: Plaza & Janés.
- \_\_\_\_\_. (2006): La sociedad red: una visión global. Madrid: Alianza Editorial.
- CASTORIADIS, C. (2006): Una Sociedad a la Deriva: entrevista y debates. Buenos Aires: Katz.
- CEBERIO, M. Y WATZLAWICK, P. (1998): La Construcción del Universo. Barcelona: Herder.
- COTE, J.; LEVINE, C. (2002): Identity Formation, Agency and Culture: A Social Psychological Synthesis. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- CUMMINGS, J.; BUTLER, B. Y KRAUT, R. (2002): The Quality of Online Social Relationships. Communications of the ACM, Vol. 45, no. 7.
- DE VILAR, G. (2001): El Usuario: Dios de Internet. Revista Digital Enredando.com. Disponible en <http://enredando.com/cas/enredados/enredados163.html>
- ECHEVERRÍA, J. (2000). El mundo virtual. Barcelona: Plaza & Janés Editores, S.A.
- EDDINE AFFAYA, M. (1997): "Lo intercultural o el señuelo de la identidad", en Espacios de la Interculturalidad. Revista Cidob D'afers Internacionals. No. 36. Barcelona.
- EFIMOVA, L., HENDRICK, S. Y ANJEWIERDEN, A. (2005): Finding the Life Between Buildings: An Approach for Defining a Weblog Community. Internet Research 6.0: Internet Generations. Association of Internet Researchers, October 2005.

Disponible en <http://doc.novay.nl/dsweb/Get/Document-55092/> o en <http://blog.mathemagenic.com/2005/04/26.html>

\_\_\_\_\_ y Grudin, J. (2007): Crossing Boundaries: A case study of employee blogging. Presented at Fortieth Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS-40), Hawaii.

ERICKSON, T. (1996): The World Wide Web as Social Hypertext. Tom's Home Page. Disponible en [http://www.pliant.org/personal/Tom\\_Erickson/SocialHypertext.html](http://www.pliant.org/personal/Tom_Erickson/SocialHypertext.html)

FOOT, K.A.; SCHNEIDER, S.M.; DOUGHERTY, M.; XENOS, M.; LARSEN, E. (2003): "Analyzing Linking Practices: Candidate Sites in the 2002 US Electoral Web Sphere". JCMC-Journal of Computer-Mediated Communication. V8 (4), July. Disponible en <http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue4/foot.html>

FOUCAULT, M. (1988/1990): Tecnologías del Yo. Barcelona: Paidós.

\_\_\_\_\_ (2001): Las Palabras y las Cosas. Una arqueología de las ciencias humanas. México: Siglo XXI.

FREEMAN, M. (1993): Rewriting the Self: History, memory, narrative. London, New York: Routledge.

GACHÉ, B. (2007): Mi Querido Blog. Revista Digital de la Unam. 10 de mayo del 2007, Vol. 8, #5. Disponible en <http://www.revista.unam.mx/vol.8/num5/art32/int32.htm>

GARAY, A. (2002): La Identidad Social desde el Punto de Vista del Interaccionismo Simbólico. Barcelona: Departamento de Psicología Social. Universidad Autónoma de Barcelona.

GARRIDO, A. (2003): "El aprendizaje como identidad de participación en la práctica de una comunidad virtual". Investigación para el Internet Interdisciplinary Institute de la UOC, publicado en enero de 2003 y disponible en <http://www.uoc.edu/in3/dt/20088/index.html>

GERGEN, K. (2003): El Yo Saturado. Dilemas de la identidad en el mundo contemporáneo. Barcelona: Paidós.

GERGEN, K.J. (1996): "Technology, Self and the Moral Project". Disponible en <http://www.swarthmore.edu/SocSci/kgergen1/web/page.phtml?id=manu30&st=manuscripts&hf=1>

GIDDENS, A. (2007): Las Nuevas Reglas del Método Sociológico: crítica positiva de las sociologías comprensivas. Buenos Aires: Amorrortu.

GIRARD, A. (1996): El Diario como Genero Literario. Revista de Occidente. Número 182-183.

GOFFMAN, E. (1997): La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

\_\_\_\_\_ (2006): La Identidad Deteriorada. Buenos Aires: Amorrortu.

- GUASCH, A. M. (2002): El Lugar como Geografía del Arte. En Exit Book. Revista de libros de arte y cultura visual. No. 1. Madrid: Ed. Olivares y asociados S.L.
- HABERMAS, J. (1990): Pensamiento postmetafísico. Madrid: Taurus.
- HALAVAIS, A. (2005): Blogging in the Plural. Disponible en <http://alex.halavais.net/?p=1281>
- HALL, S. (1998): "Significado, representación, ideología: Althusser y los debates postestructuralistas", en Estudios Culturales y Comunicación. Barna: Paidós Comunicación.
- \_\_\_\_\_ (2001): A Identidade Cultural na Pós-Modernidade. Rio de Janeiro: DP&A.
- HEVERN, V. (2000): Alterity and Self-Presentation Via the Web: dialogical and narrative aspects of identity construction. En First International Conference on the Dialogical Self, Katholieke Universiteit Nijmegen, The Netherlands.
- \_\_\_\_\_ (2004): Threaded Identity in Cyberspace: Weblogs & Positioning in the Dialogical Self. Identity, 4.
- HINE, C. (2000): Etnografía virtual. Barcelona: Editorial UOC.
- HOLZSCHLAG, M.E., BRAUN, K., GADNEY, M., HAUGHEY, M., ROSELLI, A., SYNSTELEIN, D., WALTER, T., WERTHEIMER, D. Y LAWSON, B. (2003): Usabilidad. Madrid: Anaya Multimedia.
- JAMESON, F. (2008): Ensayos Sobre el Posmodernismo. Scribd. Disponible en <http://www.scribd.com/doc/6944223/Frederic-Jameson-Ensayos-Sobre-El-Posmodernismo>
- JONES, Q. (1997): Virtual-communities, Virtual-settlements & Cyber-archaeology: a theoretical outline. Journal of Computer Mediated Communication. Vol. 3., Issue 3.
- JONES, S. (1995): Cybersociety: Computer-Mediated Communication and Community. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications.
- JONES, S. G. (2003): Información, Internet y Comunidad: apuntes para una comprensión de la comunidad en la Era de la Información, en Cibersociedad 2.0 – Una nueva visita a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador. Barcelona: Editorial UOC.
- KAUCHAKJE, S.; CAMILLO PENNA, M.; FREY, K. y DUARTE, F. (2006): "Redes sociotécnicas y participación ciudadana: propuestas conceptuales y analíticas para el uso de las TICs". En Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales, vol. 11 (dec. 2006), <http://revista-redes.rediris.es>
- KATZ, J.E.; RICE, R.E. (2005): Consecuencias sociales del uso de Internet. Barcelona: Editorial UOC.
- KERCKHOVE, D. (1999): Inteligencias en Conexión, Hacia una Sociedad de la Web. Barcelona: Gedisa.

- KLEIN, O. Y SNIDER, M. (2003): Stereotypes and Behavioral Confirmation: From interpersonal to intergroup perspectives. *Advances in Experimental Social Psychology*, 35.
- LAMPA, G. (2004): Imagining the Blogosphere: An introduction to the imagined community of instant publishing. En Gurak, L.J., Antonijevic, S., Johnson, L, Ratliff, C. y Reyman, J. (eds.): *Into the Blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Disponible en [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/imagining\\_the\\_blogosphere.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/imagining_the_blogosphere.html)
- LAVE, J., y WENGER, E. (2005): "Situated Learning: legitimate peripheral participation". Cambridge, Madrid: Cambridge University Press.
- LEJEUNE, P. (1989): *On Autobiography*. Translated by Katherine Leary. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- \_\_\_\_\_ (2008): *O Pacto Autobiográfico*. Belo Horizonte: UFMG.
- LÉVINAS, E. (1997): *Fuera del Sujeto*. Madrid: Caparrós.
- \_\_\_\_\_ (2001): *Entre Nosotros. Ensayos para pensar en otro*. España: Pre-textos.
- LUHMANN, N. (2006): *Sociología Del Riesgo*. Col. Lomas de Santa Fe: Universidad Iberoamericana.
- MAALOUF, A. (2006): *Les Identitats que Maten. Per una mundialització respecti la diversitat*. Barcelona: La campana.
- MARLOW, C. A. (2005): *The Structural Determinants of Media Contagion*. Massachusetts: tesis presentada para obtener el grado de doctor en filosofía en el Massachusetts Institute of Technology.
- MARTÍN SERRANO, M. (2007): *Teoría de la Comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw Hill.
- \_\_\_\_\_ (2011): *La producción social de la comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- MCLUHAN, M. (1996): *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- \_\_\_\_\_. y POWERS, B.R. (2000): *La Aldeia Global*. Barcelona: Gedisa.
- MALGESINI, G. y GIMÉNEZ, C. (2000): "Guía de conceptos sobre migraciones, racismo e interculturalidad". Madrid: Los libros de la catarata.
- MARC, E. y PICARD, D. (1992): *La interacción social – Cultura, instituciones y comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- MATTELART, A. y MATTERLART, M. (2005): *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- MATTELART, A. y NEVEU, É. (2004): *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Ediciones Paidós.

- MILLER, C.R. Y SHEPHERD, D. (2004): Blogging as Social Action: a genre analysis of the weblog. En Gurak, L.J., Antonijevic, S., Johnson, L., Ratliff, C. y Reyman, J. (eds.): Into the Blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs. Disponible en [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_analysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html)
- MORTENSEN, T., Y WALKER, J. (2002): Blogging Thoughts: Personal Publication as an Online Research Tool. En Morrison, A. (ed.): Researching ICTs in Context. InterMedia. Disponible en [http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skiikt-02/docs/Reserching ICTs\\_in\\_context.pdf](http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skiikt-02/docs/Reserching ICTs_in_context.pdf)
- MUTARANA, H. (1999): Transformación en la Convivencia. Santiago de Chile: Dolmen.
- NARDI, B.A. (2005): Beyond Bandwidth: Dimensions of Connection in Interpersonal Communication. Computer Supported Cooperative Work 14.
- \_\_\_\_\_; Whittaker, S. y Bradner, E. (2000): Interaction and Outeraction: Instant Messaging in Action. Proceedings of the 2000 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work. New York: ACM.
- \_\_\_\_\_; Schiano, D.; Grumbrecht, M. (2004): Blogging as Social Activity, Or, Wold You Let 900 Million People Read Your Diary?. En CSCW'04: Computer Supported Cooperative Work, Chicago, Il. Chicago: Anais.
- \_\_\_\_\_; y Swartz, L. (2004): I'm Blogging This: A close look at why people blog. Disponible en <http://www.ics.uci.edu/%7Ejpd/classes/ics234cw04/nardi.pdf>
- NUÑEZ, V. (2002): La Educación en Tiempos de Incertidumbre: las apuestas de la Pedagogía Social. Barcelona: Gedisa.
- O'BRIEN, B. (2004): Blogging America, Political Discourse in a Digital Nation. Williamsville, OR: Williams, James and Co.
- O'BRIEN, J. (1999): Writing in the Body: Gender (re)production in online interaction. En Smith, M. y Kollock, P. (eds.): Communities in Cyberspace. New York: Routledge.
- ORIHUELA, J.L. (2002): Internet: nuevos paradigmas de la comunicación. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, no. 77.
- PACKER, R.; Y JORDAN, K. (2001): Multimedia. From Warner to virtual reality. New York: WW Norton.
- PARK, H.W.; BARNETT, G.A.; NAM, Y. (2002): "Interorganizational Hiperenlace Networks among Websites in South Korea. Networks and Communication Studies". Netcom, vol. 16, número 3-4, p. 155-174.
- PÉREZ JIMÉNEZ, J.C. (2000): Futuro.com – Utopía y paranoia ante las nuevas tecnologías. Mérida: Editora Regional de Extremadura.
- PICARD, H.R. (2006): El Diario como Género entre lo Íntimo y lo Privado. Alicante: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en

<http://descargas.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12691639813480495098213/018429.pdf?incr=1>

PICARD, R. (1998): Los Ordenadores Emocionales. Barcelona: Ariel.

PIÑUEL RAIGADA, J.L. y GAITÁN MOYA, J.A. (1995): Metodología General – Conocimiento científico e investigación en la comunicación social. Madrid: Síntesis.

\_\_\_\_\_ (1998): Técnicas de Investigación en Comunicación Social: elaboración y registro de datos. Madrid: Editorial Síntesis.

PISCITELLI, A. (2002): Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes. Buenos Aires: Editorial Paidós.

REED, A. (2005): My Blog Is Me: Texts and persons in UK online journal culture (and anthropology). *Ethnos*, 70.

RHEINGOLD, H. (1991): Virtual Reality. New York: Summit Books.

\_\_\_\_\_ (1993): The Virtual Community: Homesteading on the electronic frontier. Reading, MA: Addison-Wesley.

\_\_\_\_\_ (1993): The Virtual Community. Disponible en <http://www.rheingold.com/vc/book/intro.html>

RUIZ BLANCO, S. (2009): Del Blog al Microblog: el devenir del receptor en generador y emisor de contenidos en la web 2.0. Málaga: Tesis doctoral de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga.

SÁEZ, F. (1996): La Era de la Usabilidad. Departamento de Ingeniería de Sistemas Telemáticos, Universidad Politécnica de Madrid. Disponible en <http://www.gsi.dit.upm.es/~fsaez/OtrosArticulos/usabilidad.html>

SÁNCHEZ, C. (2008): Internet ha Revolucionado la Forma en que Adolescentes y Jóvenes se Relacionan. *Diario El Universal*. Disponible en <http://educarc.blogcindario.com/2008/02/01917-internet-ha-revolucionado-la-forma-en-que-adolescentes-y-jovenes-se-relacionan.html>

SÁNCHEZ, H. (2002): Los Medios y la Intimidad. *Doctrina: Revista de la Universidad Autónoma de México*. Septiembre-Octubre 2002. Disponible en <http://www.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/derhum/cont/57/pr/pr34.pdf>

SANTAMARÍA, E. (2002): La Incógnita del Extraño. Una aproximación a la significación sociológica de la inmigración no comunitaria. Barcelona: Anthropos.

SCHEIDT, L. Y WRIGHT, E. (2004): Common Visual Design Elements of Weblogs. En Gurak, L.J., Antonijevic, S., Johnson, L., Ratliff, C. y Reyman, J. (eds): *Into the Blogosphere: Rhetoric, community, and culture of weblogs*. Disponible en [http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging\\_as\\_social\\_action\\_a\\_genre\\_analysis\\_of\\_the\\_weblog.html](http://blog.lib.umn.edu/blogosphere/blogging_as_social_action_a_genre_analysis_of_the_weblog.html)

- SCHITTINE, D. (2004): Blog: comunicação e escrita íntima na internet. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- SEN, A. (2007): Identidad y Violencia. La ilusión del destino. Buenos Aires: Katz discusiones.
- SIBILIA, P. (2008): La Intimidad como Espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- SIEGEL, L. (2008): El Mundo a través de una Pantalla: ser humano en la era de la multitud digital. Barcelona: Ediciones Urano.
- SMITH, S. Y WATSON, J. (2001): Reading the Autobiography. A guide for interpreting life narratives. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- QUÉAU, P. (1998): "Virtual communities: the art of presence" en Art@Science. Viena: Springer-Verlag.
- QUIVY, R. y CAMPENHOUDT, L.V. (1999): Manual de Investigación en Ciencias Sociales. México: Editorial Limusa.
- REQUENA SANTOS, F. (1994): Amigos y Redes Sociales: elementos para una sociología de la amistad. Madrid.
- \_\_\_\_\_ (2003): Análisis de Redes Sociales: orígenes, teorías y aplicaciones. Madrid.
- REVILLA, J.C. (2003): "Los anclajes de la identidad personal". Madrid: Athenea Digital, número 4, pp. 54-67.
- RHEINGOLD, H. (1996). La comunidad virtual. Una sociedad sin fronteras. Barcelona: Gedisa Editorial.
- ROJAS ORDUÑA, O.I.; ALONSO, J.; ANTÚNEZ, J.L.; ORIHUELA, J.L. y VARELA, J. (2005): Blogs – La conversión en Internet que está revolucionando medios, empresas y a ciudadanos. Madrid: ESIC.
- SAMPEDRO BLANCO, V.F. (ed.) (2003): La pantalla de las identidades. Barcelona: Icaria Editorial.
- SCHULER, D. (1996). New community networks. Wired for change. New York: ACM Press, Addison-Wesley Publishing Company.
- SEARLE, J.R. (1997): La construcción de la realidad social. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- SIBILIA, P. (2003): Os diários íntimos na internet e a crise da interioridade psicológica. Em Lemos, A.; Cunha, P. (org.) Olhares sobre a Cibercultura. Porto Alegre: Editora Sulina. Disponible también em [www.antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id\\_articulo=1147](http://www.antroposmoderno.com/antro-version-imprimir.php?id_articulo=1147).



- TAVERNARI, M.D.D. (2009): Blogs Íntimos: Percursos de sentido no contexto discursivo do meio digital. São Paulo: dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.
- TAYLOR, C. (1996): Fuentes del Yo. La construcción de la identidad moderna. Barcelona: Paidós.
- THOMPSON, C. (2008): Brave New World of Digital Intimacy. En New York Times Magazine, 7 September 2008. Disponible en <http://www.nytimes.com/2008/09/07/magazine/07awareness-t.html>
- TURKLE, S. (1997): La vida en pantalla. La construcción de la identidad en la era de internet. Barcelona: Ediciones Paidós S.A.
- VAN DIJCK, J. (2004): Composing the Self: Of Diaries and Lifelogs. Fibreculture, 3. Disponible en [http://journal.fibreculture.org/issue3/issue3\\_vandijck.html](http://journal.fibreculture.org/issue3/issue3_vandijck.html)
- \_\_\_\_\_ (2007): Mediated Memories in the Digital Age. Stanford University Press, Stanford, CA.
- VARELA, THOMPSON Y ROSCH (1991): The Embodied Mind: Cognitive science and human experience. MIT Press, Cambridge, MA.
- VILCHES, L. (2001): La migración digital. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.
- VIOLI, P. (2008): Espacio público y espacio privado en la era de internet. El caso de los blogs. En Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 13.
- WANG, Z.; WALTHER, J.B. Y HANCOCK, J.T. (2009): Social Identification and Interpersonal Communication in Computer-Mediated Communication: What you do versus who you are in virtual groups. Human Communication Research, 35.
- WEIGERT, A.J. (1983): Social Psychology: A Sociological Approach Through Interpretive Understanding. Notre Dame: University of Notre Dame Press.
- WEINBERGER, D. (2007): Everything is Miscellaneous: the power of the new digital disorder. New York: Times Books.

## ÍNDICE DE TABELAS

Figura 4.1. Relação dos blogs nos quais os sentimentos de pertencimento que aparecem menos na blogosfera foram identificados .....	93
Figura 4.2. Participação dos elementos que aparecem com menor frequência nos blogs na comparação com o total identificado nos posts .....	94
Figura 4.3. Presença dos elementos mais comuns em relação ao total dos posts analisados .....	96
Figura 4.5. Relação dos blogs e relação que eles tem uns com os outros .....	100
Figura 4.6. A interação entre blogueiro e internautas que mantêm também um blog .....	101
Figura 4.7. Comparação de elementos de identidade coletiva manifestados por blogueiro e internautas .....	103
Figura 4.12. Nível de personalização dos textos e interação com os internautas ....	113
Figura 4.15. Relação entre personalização dos textos e a participação dos internautas .....	122
Figura 4.17. Elementos de identidade pessoal em comum entre blogueiros e internautas .....	127
Figura 4.18. Elementos de identidade coletiva em comum entre blogueiros e internautas .....	128
Figura 4.19. Característica das respostas do blogueiro aos comentários dos internautas .....	130
Figura 5.4. Relação entre o rol social e a frequência das respostas aos internautas .....	174

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura 4.4. Frequência com que os elementos de identidade coletiva aparecem .....	98
Figura 4.8. Dados do autor divulgados no blog .....	108
Figura 4.9. Gênero dos blogueiros .....	109
Figura 4.10. Divisão etária dos blogueiros .....	111
Figura 4.11. Rol social dos blogueiros .....	112
Figura 4.13. Nível de personalização dos textos .....	117
Figura 4.14. Reação do blogueiro aos comentários dos internautas .....	119
Figura 4.16. Comentários dos internautas .....	125
Figura 4.20. Reação do blogueiro aos comentários dos internautas .....	130
Figura 4.21. Característica das respostas dos internautas .....	132
Figura 4.22. Proporção de comentários dos internautas nos textos mais pessoais .....	134
Figura 4.23. Frequência de elementos de identidade pessoal em comum entre blogueiro e internautas .....	138
Figura 4.24. Mudanças no discurso do blogueiro .....	144
Figura 4.25. Frequência com que os blogs são linkados .....	147
Figura 4.26. Indicação de links nos blogs .....	149
Figura 4.27. Tipo de link publicado no blog .....	151
Figura 4.28. Tipo de espaços/canais para a interação .....	154
Figura 4.29. Relação dos blogs mais citados pelos blogueiros .....	156
Figura 4.30. Correspondência de gênero entre indicações de blogueiros .....	158
Figura 4.31. Correspondência das idades dos blogueiros e dos autores por eles indicados .....	159
Figura 4.32. Temas dos textos mais pessoais escritos pelos blogueiros .....	162
Figura 4.33. Temas dos textos menos pessoais publicados pelos blogueiros .....	163

Figura 4.34. Nível de personalização dos textos mais comentados .....	167
Figura 5.1. Temas mais usuais entre as mulheres .....	170
Figura 5.2. Temas mais comuns entre os homens .....	171
Figura 5.3. Temas mais comuns para os casais .....	173
Figura 5.5. Respostas dos internautas nos sites com três canais de interação .....	179
Figura 5.6. Respostas dos internautas nos blogs com um canal para interação .....	180
Figura 5.7. Personalização alta dos posts e os elementos de identidade expressados .....	181
Figura 5.8. Textos nada pessoais e a publicação de elementos de identidade .....	183
Figura 5.9. Personalização alta e elementos de identidade coletiva .....	185
Figura 5.10. Textos nada pessoais e elementos de identidade coletiva .....	186

## ANEXOS

## ANEXO I. LIVRO DE CÓDIGOS

### Variáveis generalistas (do blog como um conjunto de posts/textos e links)

#### NOME DO BLOG E URL

**1. Data de consulta do blog:** define o período em que o blog foi analisado para o estudo. Esta informação pode ser relevante especialmente para identificar possíveis variações no desenho ou característica do conteúdo do blog (recomenda-se que esta consulta seja realizada em um período regular, como no mínimo uma vez por mês, independente da frequência de atualização dos conteúdos do blog)

**2. Temática principal do blog:** admite apenas uma resposta entre as opções “pessoal”, “específica” ou “generalista”. Com essa classificação se busca compreender qual é o objetivo principal do(s) autor(es) principal(is) do blog, ou seja, o que se pretende conseguir com a publicação de uma página web pública na internet acessível hipoteticamente por qualquer pessoa no mundo que tenha uma conexão à Rede:

2.1. *Pessoal*: quando os textos do blog tratem essencialmente de temas da vida cotidiana de seu autor, com predominância de opiniões sobre questões filosóficas, de sua família, trabalho, hobbies e demais acontecimentos de seu dia a dia;

2.2. *Específica*: quando apresenta um tema como predominante, ainda que tenha característica identitárias e de opinião do autor do texto. Por exemplo: um blog pode tratar apenas de cinema, com comentários sobre os filmes, personalidades do meio ou acontecimentos deste círculo artístico mas, ainda assim, apresentar uma forte carga de opiniões e de manifestação de características identitárias de seu autor;

2.3. *Generalista*: quando seus textos tratem de assuntos diversos, ainda que os mesmos apresentem características identitárias e de opinião de seu autor. O que distingue esta categoria da “pessoal” é que aqui o conteúdo diversificado funciona como um “espelho” de assuntos da atualidade tratados pelos meios e não tem tanta “carga” de acontecimentos da vida pessoal de seu autor. Por exemplo: um blog pode tratar de assuntos tão diversos como esportes, política, economia e artes, tendo como base os temas da atualidade que recebem importância nos meios de comunicação tradicionais mas, ainda assim, nos interessa como objeto de estudo por apresentar alguma característica de opinião e textos que tenham uma carga definida de representação identitária.

**3. Periodicidade aproximada:** com que frequência aproximada o blog é atualizado. Este dado se torna relevante para saber qual é a dedicação ou o interesse do(s) autor(es) do blog em manter a seus leitores atualizados e/ou a narrar suas opiniões

sobre acontecimentos públicos ou sobre acontecimentos de sua vida. As categorias que esta variável contempla são as seguintes (admite apenas uma resposta):

3.1. *Diariamente*: quando se percebe a publicação de pelo menos um ou mais posts/textos por dia;

3.2. *Semanalmente*: quando se observa que o blog registra uma média de atualização de posts/textos de um por semana – no caso de se publicarem dois posts em uma semana e nenhum em outra, por exemplo, se levará em conta a média de publicações no período da análise;

3.3. *Quinzenalmente*: quando se percebe a publicação de posts/textos novos em uma média de um a cada quinze dias – se levará em conta o mesmo critério da categoria anterior para definir a base de “média” aproximada;

3.4. *Mensalmente*: quando se observa que o blog registra uma média de atualização de posts/textos de um por mês – se levará em conta o mesmo critério da categoria anterior para definir a base de “média” aproximada;

3.5. *Com menor frequência que mensalmente*: quando se percebe a publicação de posts/textos novos em uma média inferior a um por mês, ou seja, quando o número de posts publicados em um ano seja inferior a 12, por exemplo.

**4. Antiguidade**: quando se criou o blog. Este dado é importante para poder situar ele no contexto da blogosfera e de seu entorno virtual, informação relevante no cruzamento de informações sobre o blog analisado e os demais que fazem parte de sua rede de contatos e relações na blogosfera. As categorias que contempla esta variável são as seguintes (será assinado apenas uma):

4.1. *Até um mês*

4.2. *Mais de um mês, mas não mais de seis meses*

4.3. *Mais de seis meses, mas não mais de doze*

4.4. *Mais de um ano, mas não mais de dois anos*

4.5. *Mais de dois anos, mas não mais de cinco anos*

4.6. *Mais de cinco anos*

**5. Número de autores**: busca identificar se o blog é de autoria de apenas uma pessoa ou de um grupo de autores. Esta informação ajuda a definir o nível de individualização do blog ou se ele apresenta diferentes pontos de vista pessoais, assim como diferentes características identitárias de autoria. Para nosso estudo, levaremos em conta como máximo três autores por blog e seus respectivos posts. No caso de que um blog seja atualizado por mais de três autores, serão estudados apenas os posts/textos e relações de interação desenvolvidos pelos três autores principais do mesmo –

definindo estes três autores principais como aqueles que apresentam um maior volume de textos publicados. As categorias que contemplam esta variável são as seguintes (poderá ser assinalada apenas uma):

5.1. *Um autor*

5.2. *Dois autores*

5.3. *Três autores*

5.4. *Mais de três autores*

**6. Gênero do(s) autor(es) principal(is) do blog:** identifica o gênero dos autores analisados, levando em conta este como um dos seus elementos identitários, o que pode ajudar na definição das relações com os demais emissores de opinião e informação. Esta informação será buscada exclusivamente no perfil ou em outro espaço que divulga informações sobre o(s) autor(es) do blog. As categorias que esta variável contempla são as seguintes (se assinalará apenas uma, e exige a identificação do autor do texto no caso de que o blog tenha mais de um autor – levando em conta que se admitirá, para esta análise, um máximo de três autores):

6.1. *Homem*

6.2. *Mulher*

6.3. *Não identificado*

**7. Idade do(s) autor(es) principal(is) do blog:** estabelece o nível etário do(s) autor(es) principal(is) do blog, outra característica identitária que pode ajudar na definição das relações com os demais emissores de opiniões e informação. Este dado será buscado exclusivamente no perfil ou em outro espaço que divulga informações sobre o(s) autor(es) do blog. As categorias que contemplam esta variável são as seguintes (se assinalará apenas uma e exige a identificação do autor do texto no caso de que o blog tenha mais de um autor – levando em conta que se admitirá, para esta análise, o máximo de três autores):

7.1. *Até 20 anos*

7.2. *De 21 a 25 anos*

7.3. *De 26 a 30 anos*

7.4. *De 31 a 35 anos*

7.4. *De 36 a 40 anos*

7.5. *41 anos ou mais*

7.6. *Não identificada*



**8. Rol social principal desempenhado pelo(s) autor(es) principal(is) do blog:** estabelece o rol profissional ou ocupacional do(s) autor(es) principal(is) dos conteúdos publicados no blog estudado, mais um elemento de identidade pessoal que pode ajudar na definição das relações com os demais emissores de opiniões e informação. Esta informação será buscada exclusivamente no perfil ou em outro espaço que divulga informações sobre o(s) autor(es) do blog. Inicialmente se anotarão as categorias, para agrupá-las posteriormente. Esta variável exige a identificação do autor do texto no caso de que o blog tenha mais de um autor – levando em conta que se admitirá, para esta análise, um máximo de três autores e de três categorias de rol para cada autor.

**9. Número de links para outras páginas web:** identifica a quantidade de links do blog estudado para outras páginas na internet – já sejam blogs ou sejam webs com outro formato. Com esta informação se pretende registrar o interesse do(s) autor(es) do blog em indicar outras referências de consulta de conteúdo para as pessoas que chegam até o seu blog. Outro objetivo no registro do número de links é quantificar parte da “comunidade virtual” que já existe ou que se pretende criar ao redor do blog, além de que tal número de links será importante como base de comparação e quantificação para outras variáveis e categorias como, por exemplo, aquelas que medem a participação dos autores do blog e dos internautas que participam em seus textos em outras páginas web que têm alguma ligação com o blog estudado.

**10. Links do blog para outras páginas web:** busca saber que tipo de links para outras páginas web estão presentes no blog analisado e que tipo de relação se pode estabelecer entre estas recomendações e o(s) autor(es) principal(is) deste blog. Esta informação serve para estabelecer uma primeira radiografia da “rede” de contatos e relações virtuais criadas a partir do blog analisado. As categorias que contemplam esta variável são as seguintes (podem ser assinaladas várias categorias):

10.1. *Link para sites de referência:* quando o blog remete seus leitores para um site na web considerado de referência em determinado tema. Exemplos: a Real Academia Espanhola se considera de referência no que se refere ao idioma espanhol; assim como bibliotecas virtuais ou dicionários online. Foram classificados como “sites de referência” os seguintes: Microsiervos, La Cofa e Seriesblog.

10.2. *Link para bancos de dados:* quando o blogueiro nos remete a um site que se caracteriza por agregar uma base de dados de determinado tema. Exemplos: IMDb é um dos maiores bancos de dados sobre filmes e produções de cinema no mundo; assim como DAAD é um banco de dados de bolsa de estudos. Foi classificada como “bancos de dados” o seguinte site: La Cofa.

10.3. *Link para páginas de celebridades:* quando o blogueiro divulga o link para uma página web de uma pessoa que é identificada imediatamente pelo público que tem algum conhecimento do mundo das celebridades e/ou de artistas das diferentes áreas

de produção cultural. Exemplos: links para páginas de atores e/ou atrizes, diretores de cinema e/ou da televisão, cantores, músicos, artistas plásticos, jogadores de futebol, políticos, etc. Foram classificadas como “páginas de celebridades” as seguintes: Arcos e Nuncajamas.

10.4. *Links para outros blogs*: quando no blog estudado se apresentam links para outros sites na web caracterizados como blogs, independentemente se esta é uma página produzida por pessoas célebres, amigos, familiares ou outras pessoas com as quais o autor da recomendação mantém apenas uma relação “virtual” (que não as conhece pessoalmente). Foram classificadas como “links para outros blogs” as seguintes páginas: Pepinismo, Pjorge, Regreso al futuro, Microsiervos, Minid.net, PauSanchez, Flapy in Japan, Roberto Marquino, AirtonGarcia.net, EnekoAlonso, Arcos, Nuncajamas, Blackshell, La cosa húmeda, Micko, Emigrante sin..., Franciscovargas, Motomachicake, Ionlito, Ajapon y Borjanet.

10.5. *Links para páginas de amigos e/ou parentes*: quando o blogueiro divulga a página web – que pode ser blog, fotoblog ou um site web tradicional – de pessoas com quem ele mantém uma relação de amizade ou parentesco. Foram classificadas como “páginas de amigos e/ou parentes” as seguintes: Regreso al futuro, PauSanchez, Flapy in Japan, AirtonGarcia.net, EnekoAlonso, Blackshell, La cosa húmeda, Micko, Emigrante sin..., Franciscovargas, Motomachicake, Ionlito, Ajapon y Borjanet.

10.6. *Links para páginas que mantêm algum tipo de vínculo com o blog analisado*: páginas web (blogs ou não) em que se identifica algum tipo de relação de interesse comercial ou de intercâmbio de divulgação – uma relação essencialmente de simbiose entre o blog analisado e aquele que está sendo indicado. Foram classificadas como “páginas que mantêm algum tipo de vínculo com o blog analisado” os seguintes: Pepinismo, Regreso al futuro, Minid.net, PauSanchez, Flapy in Japan, Roberto Marquino, AirtonGarcia.net, Blackshell, La cosa húmeda, Micko, Emigrantes sin..., Motomachicake, Ionlito, Ajapon y Borjanet.

**11. Participação do(s) autor(es) principal(is) do blog em outros sites web ou blogs divulgados através de links no seu blog**: se busca saber do interesse e a capacidade de participação do autor principal do blog inicialmente estudado em outras partes da blogosfera. Esta informação, a quantidade de textos e/ou comentários publicados pelo aturo do blog inicialmente estudado em outros sites por ele indicados será relevante para medir a importância dada e eles, assim como interesse em definir relações de proximidade com os internautas que também podem estar interagindo em seu blog. Justamente com o dado anterior desta tabela, esta informação será importante para estabelecer a teia de aranha em que o blog estudado está imerso. As categorias que contemplam esta variável são as seguintes (se assinalará apenas uma e exige a identificação do autor do texto no caso de que o blog tenha mais de um ator – levando em conta que se admitirá, para esta análise, um máximo de três autores):

11.1. *Em todos os sites/blogs que recomenda em sua página web*: quando o autor do blog participa, através de textos ou comentários em todos os sites web, blogs ou não, que recomenda em sua página web

11.2. *Em alguns dos sites/blogs que recomenda em sua página web*: quando o autor do blog participa, através de textos ou comentários em uma parte dos sites que recomenda em seu blog – neste caso será apontado quais sites web registram esta participação, dado que pode servir depois para a análise de relações e proximidades entre os diferentes autores na blogosfera

11.3. *Em nenhum site/blog que recomenda em sua página web*: quando o autor do blog não participa, nem com post nem com comentários nos sites web que recomenda em seu blog

**12. Espaço e canais para a interação**: Se utiliza para registrar que ferramentas o(s) autor(es) principal(is) do blog põe à disposição dos internautas para que eles possam contribuir e/ou interferir nos discursos apresentados. Esta informação é uma maneira de medir a abertura que o(s) autor(es) dão à participação de pessoas alheias à produção própria dos discursos. As categorias que contemplam esta variável são as seguintes (podem ser assinaladas mais de uma):

12.1. *Mensagens de texto no final de cada comentário publicado*: uma das ferramentas mais comuns nos blogs, pode apresentar-se tanto como um quadro (ou espaço) separado do texto principal e permanentemente visível como também por um link para outra página do blog em que se apresentam os textos dos internautas. A contribuição de pessoas alheias ao blog pode também ser publicada integralmente abaixo do post ou através de um resumo – acessível integralmente ao pulsar em um link, por exemplo

12.2. *Citações no próprio conteúdo do blog*: quando o autor do texto abre canais no que ele escreveu para que os internautas interajam ou quando ele dá voz ao próprio texto de algum comentário de internauta feito anteriormente

12.3. *Ferramentas de inserção de conteúdos* – como publicação de fotos, músicas, vídeos, etc.: quando o autor do blog coloca à disposição do internauta a possibilidade de publicar e/ou criar conteúdos próprios no blog. Por exemplo: o blogueiro pode deixar aberto um canal de publicação de fotos pelo internauta que, ainda assim, pode ou não depender da aprovação do autor do blog para a sua publicação

12.4. *Divulgação de um correio eletrônico*: quando em alguma parte do blog o autor dos textos divulga um correio próprio seu ou do blog para que os interessados possam enviar conteúdo e/ou comentários

**13. Frequência das respostas dos internautas que participam nos textos ou em comentários de seu(s) autor(es)**: se pretende conhecer a frequência aproximada com que determinados internautas participam no blog analisado. A informação desta variável nos ajudará a estabelecer uma relação de “comunidade virtual” ou de participações recorrentes no blog. Levaremos em conta para esta variável e para todas as demais que exijam a análise de dados dos internautas que interagem nos blogs, aquelas pessoas que apresentam textos com mais conteúdo, ou seja, que tenham escrito um material mais longo. As categorias que contemplam esta variável

são as seguintes (se assinalará apenas uma e exige a identificação do internauta que produz os comentários – levando em conta que o caso de um número grande de comentários por post, serão selecionados internautas através de uma base de um a cada 10):

13.1. *Participa em todos os novos textos*: quando o internauta escolhido com base no conteúdo publicado (quantidade de texto maior para a análise) participa em todos os novos textos publicados no blog

13.2. *Participa aproximadamente uma vez por semana*: quando o internauta apresenta uma participação aproximada de uma vez por semana nos textos do blog – no caso em que se publicaram dois comentários em uma semana e nenhum na outra, por exemplo, se levará em conta a média de publicações no período da análise

13.3. *Participa aproximadamente uma vez por mês*: quando o internauta apresenta uma participação aproximada de uma vez ao mês nos textos do blog – será levado em conta para esta análise o mesmo critério da categoria anterior

13.4. *Participou apenas uma vez*: quando o internauta participou, no período de análise do blog, apenas com um comentário em algum texto publicado

**14. Participação do internauta que contribui no blog através de textos ou comentários em outros sites web ou blogs que têm links publicados no blog analisado**: identifica a participação dos internautas em outros blogs ou páginas web que formam a “comunidade virtual” criada ao redor do blog estudado inicialmente. Com esta informação se busca conhecer as relações de interação, assim como as manifestações de identificação entre o(s) autor(es) principal(is) do blog e seus leitores. Os dados também podem servir como uma ferramenta mais de observação dos nós da teia de aranha que forma o entorno virtual existente ao redor e através do blog inicialmente estudado. As categorias que esta variável contempla são as seguintes (se assinalará apenas uma e exige a identificação do internauta que produz os comentários – levando em conta uma mostra de escolha baseada na quantidade de conteúdo publicada e na base de um internauta de cada 10):

14.1. *Em todos os links publicados no blog*: quando o internauta escreveu pelo menos um texto ou comentário em cada um dos links publicados no blog inicialmente estudado – é indiferente se dito internauta faz referência ou não ao blog anterior; bastará para identificar-se o uso de uma mesma e indiscutível identidade (confirmada através da publicação de seu nome com correio eletrônico ou link para alguma página que ele mantém na internet, por exemplo)

14.2. *Em alguns links publicados no blog*: quando o internauta participa em um número limitado de links publicados no blog inicialmente estudado – levando em conta o mesmo critério de identificação da categoria anterior

14.3. *Em nenhum dos links publicados no blog*: quando o internauta não tem nenhuma participação nos blogs ou sites web que têm um link publicado no blog inicialmente estudado – levando em conta o mesmo critério de identificação da categoria anterior

**15. Número de posts (textos) do blog analisados para o estudo de caso:** define a quantidade de posts analisados individualmente para o estudo do blog. O número deve variar de acordo com a frequência e a quantidade de publicações específicas de cada blog. Se levará como mínimo um de cada 10 posts publicados no blog (proporção que será maior quanto menor seja o número de posts publicados no blog estudado)

### **Variáveis para o registro de dados dos posts/textos publicados no blog**

**1. Autor(es):** (máximo de três)

**2. Data de publicação do post analisado:** registra a data em que o texto foi publicado, contextualizando o seu conteúdo dentro do que é a publicação periódica do blog.

**3. Data de consulta do post analisado:** registra o período em que o post foi consultado para o registro dos dados – é adequada para esta análise que o registro de dados do post se distancie temporariamente de sua publicação, para que possa analisar-se melhor a interação com seus possíveis leitores. Não existe um tempo de “distanciamento” padrão, já que é preciso levar em conta a periodicidade de atualização do blog

**4. Tema do texto publicado:** classificando os posts de maneira temática se pode saber os assuntos de maior interesse para o(s) autor(es) principal(is) do texto e para os seus leitores, o que pode ajudar a estabelecer ainda mais as características identitárias que se busca analisar. Inicialmente será trabalhado com um repertório aberto de categorias. Esta variável exige a identificação do autor de texto no caso de que o blog tenha mais de um autor – (se admitirá, para esta análise, um máximo de três autores e de três categorias para cada autor).

**5. Nível de personificação do texto publicado:** busca medir com que profundidade o conteúdo publicado chega a revelar características pessoais do autor ou dos autores do post. Para esta apreciação subjetiva se levará em conta a quantidade de informação pessoal ou a quantidade de informação que se pode perceber o entorno do autor no texto, assim como a profundidade com a que escreve ser de opinião própria (sem que seja uma informação “pura e dura”, ou seja, que pode ser encontrada em qualquer outro lugar ou publicação da imprensa de massas). As categorias que

contemplam esta variável são as seguintes (se assinalará apenas uma e exige a identificação do autor que produz o conteúdo no caso de que o post tenha mais de um):

5.1. *Alto*: quando o conteúdo do post revela gostos pessoais, informações sobre local de residência do autor ou de seus familiares/amigos, informações de suas atividades ou trabalho, características identitárias pessoais e de pertencimento a coletivos e a um grande uso de adjetivos que servem para avaliar pessoas, ideias ou conceitos

5.2. *Mediano*: quando o conteúdo do post traz alguma informação de seu autor, como dados pessoais ou seus gostos, mas sem o uso de muitos adjetivos ou de palavras de apreciação. Neste caso o autor se compromete com o que diz, mas revelando-se menos que na categoria anterior, permitindo que os internautas saibam algo a respeito dele, mas sem profundidade.

5.3. *Baixo*: quando o conteúdo do post traz poucas informações pessoais de seu autor, assim como poucos adjetivos e um nível de avaliação de conceitos, pessoas ou ideias baixo. A pessoa que escreve se envolve pouco. Através do texto é possível saber algo do que o seu autor pensa, mas não muito

5.4. *Nada pessoal*: quando o post não apresenta nenhuma opinião pessoal de seu autor ou qualquer elemento de identificação pessoal ou de pertencimento a grupo. Neste caso, o texto segue os mesmos parâmetros de publicações tradicionais, com a busca de uma escritura baseada na informação “pura e dura”, sem que o autor se envolva pessoalmente nos conteúdos

**6. Número de comentários de internautas publicados no post analisado:** essa informação nos leva a medir a quantidade de interesse que os textos podem estar despertando, o que daria uma ideia do tamanho da teia de aranha que cerca esse blog. As categorias que contemplam esta variável são as seguintes (se assinalará apenas uma):

6.1. *Até 10*

6.2. *Entre 11 e 20*

6.3. *Entre 21 e 30*

6.4. *Entre 31 e 50*

6.5. *Entre 51 e 100*

6.6. *Mais de 100*

**7. Característica das respostas dos internautas que participam no post ou em comentários que lhe seguem:** através da análise dos conteúdos se pretende conhecer o tipo de interação que o internauta que participa do blog estabelece com o(s) autor(es) principal(is) do blog. O tipo de resposta encontrada pode ajudar a definir

laços de identificação ou de não-identificação entre os agentes da comunicação. Esta informação complementa a obtida na variável anterior. Esta variável exige a identificação do internauta que produz os comentários, levando em conta que para esta variável serão estudados os textos dos mesmos internautas escolhidos nas variáveis anteriores, levando em conta uma mostra de eleição baseada na quantidade de conteúdo publicada e na base de um internauta de cada 10. As categorias que esta variável contempla são as seguintes (se assinalará apenas uma):

7.1. *Respostas neutras*: quando o internauta escreve um comentário sem manifestar concordância ou discordância com o que foi dito anteriormente pelo aturo do texto publicado no blog. Neste caso, o comentário pode, por exemplo, ampliar alguma informação, divulgar algum serviço ou página web sobre o tema, entre outras possibilidades de característica neutra

7.2. *Respostas de confirmação do conteúdo anteriormente publicado (concordância)*: quando o internauta escreve manifestando o seu apoio, identificação ou concordância a respeito da opinião/comentário apresentado anteriormente pelo autor dos textos do blog

7.3. *Respostas de negação do conteúdo anteriormente publicado (discordância)*: quando o internauta escreve manifestando a sua discordância, indignação ou alguma outra expressão que manifeste a falta de identificação dele com o que foi publicado pelo autor do blog

**8. Frequência das respostas do(s) autor(es) principal(is) do post aos comentários de outros internautas no post analisado**: este dado busca medir a importância que o(s) autor(es) principal(is) do blog confere(m) a interação, assim como sua necessidade de manter o diálogo com os usuários de seu site em cada post que publica. As categorias que esta variável contemplam são as seguintes (se assinalará apenas uma):

8.1. *Sempre responde aos comentários*: quando para cada comentário de um internauta o autor ou um dos autores do post emite outro comentário

8.2. *Responde a maioria dos comentários*: quando o autor ou os autores do post respondem a mais da metade dos comentários publicados pelos internautas

8.3. *Responde a aproximadamente metade dos comentários*: quando o autor ou os autores do post respondem a aproximadamente um a cada dois comentários de internautas

8.4. *Responde com pouca frequência aos comentários*: quando o autor ou os autores do post respondem a menos da metade dos comentários dos internautas

8.5. *Nunca responde aos comentários*: quando o autor ou os autores do post não respondem a nenhum dos comentários dos internautas

**9. Acordo ou desacordo dos autores do post com os comentários recebidos no post:** esta informação complementa a anterior ao recolher o tipo de interação que o autor ou os autores do posts buscam alimentar em seu blog. Além disso, o tipo de resposta encontrada pode ajudar a definir laços de identificação ou de não-identificação entre os agentes da comunicação. As categorias que esta variável contempla são as seguintes (se assinalará apenas uma e exige a identificação do autor que produz os comentários no caso de que o post tenha mais de um autor, admitindo um máximo de até três autores):

9.1. *Respostas neutras:* quando o autor do post escreve um comentário sem manifestar concordância ou discordância com o que foi dito pelo internauta. Neste caso, o comentário pode, por exemplo, ampliar alguma informação, divulgar algum serviço ou página web sobre o tema, entre outras possibilidades de característica neutra

9.2. *Respostas de confirmação do conteúdo (concordância):* quando o autor do post escreve manifestando seu apoio, identificação ou concordância a respeito da opinião/comentário apresentado anteriormente pelo internauta que participou de seu blog

9.3. *Respostas de negação de conteúdo (discordância):* quando o autor do post escreve manifestando a sua discordância, indignação ou alguma outra expressão que manifeste a falta de identificação dele com o que foi publicado pelo internauta que fez algum comentário

**10. Mudanças no discurso do(s) autor(es) principal(is) do post provocados pela interação com algum internauta que tenha participado do blog através de comentários ou textos:** se pretende observar alguma possível mudança na opinião do autor ou autores do post sobre determinado tema depois de um comentário contrário de algum internauta. Exige a identificação do autor que produz o conteúdo no caso de que o post tenha mais de um. As categorias que esta variável contempla são as seguintes (podem ser assinaladas mais de uma):

10.1. *Negação de algum comentário apresentado anteriormente:* quando o autor do post produz um discurso contrário ao que vinha praticando até então devido a algum comentário de internauta

10.2. *Alteração de algum aspecto de um texto anteriormente publicado:* quando o autor do post publica um texto em que altera alguma opinião ou aspecto do discurso feito anteriormente devido a algum comentário de internauta

10.3. *Correção de alguma informação apresentada anteriormente em algum texto:* quando o autor do post faz uma correção de informação anteriormente publicada de forma errada devido a algum comentário de internauta



**11. Elementos de identidade pessoal do(s) autor(es) principal(is) do post:** registramos características identitárias pessoais específicas. A quantidade de elementos de identidade observada em cada post serve também para medir o nível de personalização dos textos, ajudando a estabelecer quanto do blog revela características pessoais de seu(s) autor(es) – algo que pode ser decisivo para que as relações de intercâmbio de ideias com os demais sejam efetivas. As categorias que esta variável contemplam são as seguintes (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e exige a identificação do autor que produz o conteúdo no caso de que o post tenha mais de uma autoria, admitindo um máximo de três autores):

11.1. *Hobbies*: quando o autor comentar sobre algum hobby seu. Exemplos: cultivo de plantas, leitura, música, ver filmes, fotografia, fitness, filatelia, etc.

11.2. *Nacionalidade*: quando o autor revela o seu país de origem e/ou de adoção. Exemplos: espanhol, marroquí, português, italiano, brasileiro, colombiano, argentino, etc.

11.3. *Gostos culturais*: quando o autor comenta sobre produções culturais ou costumes que cultiva e que não estão no rol dos hobbies, mas que fazem referência a seus gostos por determinado tipo de produção cultural, artística ou de atividade. Exemplos: gosto por rock, jazz, ficção científica, vinhos, filmes de terror, etc.

11.4. *Pertencimento a grupos ou entidades*: quando o autor do post comenta algum tipo de relação – afiliação ou simpatia – por grupos ou entidades sociais. Exemplos: afiliado a um partido político, a um grupo de voluntariado, a uma entidade de defesa dos animais, etc.

11.5. *Entorno de amizades*: quando o autor do post faz comentários de seus amigos, sejam do círculo estabelecido no trabalho, amigos de infância, do bairro, do tempo de escola, etc.

11.6. *Entorno familiar*: quando o autor do post comenta sobre pessoas de sua família, incluindo tanto a próxima e que pode ser formada pelo núcleo familiar mais imediato como por pessoas da família mais distantes

11.7. *Identificação ou rechaço da realidade que vive*: quando o autor do post comenta sobre o seu sentido de pertencimento ou de estranheza na relação à sua vida cotidiana, aos acontecimentos da realidade na qual está imerso. Exemplos: quando comenta sobre algo que passou em uma data específica e, nesse comentário, estabelece laços de identificar-se ou não com o que aconteceu, como quando discorda de uma briga por um acidente de trânsito

11.8. *Satisfação pessoal ou profissional*: quando o autor do post faz comentários positivos e de satisfação sobre algo que aconteceu a ele na vida pessoal ou profissional, em seu entorno. Exemplos: quando recebe um aumento de salário ou quando recebe algum presente em seu aniversário

11.9. *Assuntos de interesse*: quando o autor do post revela algum assunto que lhe interessa em particular mas que, ainda assim, não pode ser considerado um hobby ou

mesmo um gosto cultural. Exemplos: seu interesse pela monarquia espanhola ou pelas descobertas da ciência moderna.

**12. Elementos de identidade coletiva do(s) autor(es) principal(is) do post:** registramos características identitárias coletivas. Isto será possível quando se manifestarem sentimentos de pertencimento a determinados grupos ou coletivos. Como acontece na variável anterior, com esta também se busca medir o nível de personalização dos textos. As categorias que são contempladas por esta variável são as seguintes (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e exige a identificação do autor que produz o conteúdo no caso de que o post tenha mais de uma autoria, sendo que se aceitará um máximo de três autores):

12.1. *Grupos raciais/étnicos*: quando o autor do post revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm a raça ou a etnia como elemento-chave. Exemplos: grupos raciais de negros, grupos raciais de judeus, etc.

12.2. *Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas*: quando o autor do post revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm a preocupação de pertencimento e valorização territorial como elemento-chave. Exemplos: grupos separatistas, grupos que reúnem imigrantes de determinado país em um país estrangeiro, grupos que valorizam determinada prática cultural regionalista, etc.

12.3. *Grupos políticos*: quando o autor do post revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos ou partidos políticos. Exemplos: partido operário, grupo esquerdista, grupo adepto a política liberal, partido dos ecologistas, etc.

12.4. *Grupos religiosos*: quando o autor do post revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm a religião como elemento-chave. Exemplos: grupos de igrejas, grupos de budistas, grupos de resgate das praticas religiosas celtas, etc.

12.5. *Grupos de aficionados*: quando o autor do post revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos de indivíduos que têm um mesmo hobby em comum. Exemplos: grupos de pessoas que cultivam bonsais, grupos de pescadores amadores, grupos de adeptos da fotografia, etc.

12.6. *Grupos de internautas*: quando o autor do post revela sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm algum aspecto de práticas através da rede em comum. Exemplos: grupo de blogueiros, grupo de produtores de legendas para filmes compartilhadas pela internet, grupo de aficionados praticantes de jogos online, etc.

**13. Elementos de identidade pessoal dos internautas que participam do post estudado:** registro de características identitárias pessoais. A exemplo da variável anteriormente explicada, a quantidade de elementos identitários observada em cada post serve também para medir o nível de personalização dos comentários, ajudando a estabelecer quanto da interação estabelecida através do blog revela características

pessoais dos internautas que utilizam este canal para manifestar as suas opiniões ou crenças. As categorias que são contempladas por esta variável são as seguintes (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e exige a identificação do internauta que produz o comentário – tendo em conta que para esta variável serão estudados os textos dos mesmos internautas escolhidos em variáveis anteriores):

13.1. *Idade*: quando o internauta que produz algum comentário a respeito do post revela a sua idade específica ou sua faixa etária. Exemplos: quando diz claramente uma idade específica ou comenta que está entre os que são “jovens” ou “velhos” e etc.

13.2. *Hobbies*: quando o internauta comenta sobre algum hobby seu. Exemplos: cultivo de plantas, leitura, música, cinema, fotografia, fitness, filatelia, etc.

13.3. *Nacionalidade*: quando o internauta revela o seu país de origem e/ou de adoção. Exemplos: espanhol, marroquí, português, italiano, brasileiro, colombiano, argentino, etc.

13.4. *Rol social*: quando o internauta comenta sobre o seu rol profissional ou ocupacional. Exemplos: revela que é jornalista, ou diretor de teatro, ajudante de cozinha, camareira, etc.

13.5. *Gostos culturais*: quando o internauta comenta sobre produções culturais ou costumes que cultiva e que não estão no rol de hobbies, mas que fazem referência a seus gostos por determinado tipo de produção cultural, artística ou de atividade. Exemplos: gosto por rock, jazz, ficção científica, vinhos, cinema de terror, etc.

13.6. *Afiliações a grupos ou entidades*: quando o internauta comenta algum tipo de relação – afiliação ou simpatia – por grupos ou entidades sociais. Exemplos: afiliado a um partido político, a um grupo de voluntariado, a uma entidade de defesa dos animais, etc.

13.7. *Gênero*: quando o internauta revela a que gênero ele pertence. Exemplo: homem ou mulher.

13.8. *Entorno de amigos*: quando o internauta faz comentários de seus amigos, sejam do círculo estabelecido no trabalho, amigos de infância, do bairro, do tempo de escola, etc.

13.9. *Entorno familiar*: quando o internauta comenta sobre pessoas de sua família, incluindo tanto a próxima e que pode estar formada pelo seu núcleo familiar mais imediato como de pessoas da família mais distantes

13.10. *Identificação ou rechaço da realidade que ele vive*: quando o internauta comenta sobre o seu sentido de pertencimento ou de estranheza em relação a sua vida cotidiana, aos acontecimentos da realidade na qual ele está imerso. Exemplos: quando comenta sobre algo que passou em uma data específica e, neste comentário, estabelece laços de identificação ou não com o que aconteceu, como ao discordar de uma briga por um acidente no trânsito

13.11. *Satisfação pessoal ou profissional*: quando o internauta faz comentários positivos e de satisfação sobre algo que aconteceu na sua vida pessoal ou profissional, em seu entorno. Exemplos: quando recebe um aumento de salário ou quando recebe algum presente em seu aniversário

13.12. *Assuntos de interesse*: quando o internauta revela algum assunto que lhe interessa em particular mas que, ainda assim, não pode ser considerado um hobby ou mesmo um gosto cultural. Exemplos: o seu interesse pela monarquia espanhola ou pelas descobertas da ciência moderna.

**14. Elementos de identidade coletiva do internauta que participa do post estudado**: registramos características identitárias coletivas quando se manifestem sentimentos de pertencimento a determinados grupos. A exemplo da variável 26, com esta busca de elementos identitários coletivos tentamos medir o nível de personalização dos textos. As categorias que esta variável contempla são as seguintes (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e exige a identificação do internauta que produz o comentário – tendo em conta que para esta variável serão estudados os textos dos mesmos internautas escolhidos em variáveis anteriores):

14.1. *Grupos raciais/étnicos*: quando o internauta que produz o comentário revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm a raça ou a etnia como elemento-chave. Exemplos: grupos raciais de negros, grupos raciais de judeus, etc.

14.2. *Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas*: quando o internauta revela sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm a preocupação de pertencimento e valorização territorial como elemento-chave. Exemplos: grupos separatistas, grupos que reúnem emigrantes de determinado país em um país estrangeiro, grupos que valorizam determinada prática cultural regionalista, etc.

14.3. *Grupos políticos*: quando o internauta revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos ou partidos políticos. Exemplos: partido operário, grupo esquerdista, grupo adepto à política liberal, partido dos ecologistas, etc.

14.4. *Grupos religiosos*: quando o internauta revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm a religião como elemento-chave. Exemplos: grupos de igrejas, grupos de budistas, grupos de resgate das práticas religiosas célticas, etc.

14.5. *Grupos de aficionados*: quando o internauta revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos de indivíduos que têm um mesmo hobby em comum. Exemplos: grupos de pessoas que cultivam bonsais, grupos de pescadores amadores, grupos de adeptos da fotografia, etc.

14.6. *Grupos de internautas*: quando o internauta revela a sua identificação, afiliação e/ou participação em grupos que têm algum aspecto de práticas através da rede em comum. Exemplos: grupo de blogueiros, grupos de produtores de legendas para filmes compartilhadas pela internet, grupo de aficionados praticantes de jogos online, etc.

## ANEXO II – PROTOCOLO DE REGISTRO

### Variáveis generalistas (do blog)

<b>NOME DO BLOG E URL</b>	Número de código:	
1. Data da consulta		
2. Temática principal (será assinalada apenas uma)	Pessoal	
	Específica	
	Generalista	
3. Periodicidade aproximada (será assinalada apenas uma)	Diariamente	
	Semanalmente	
	Quinzenalmente	
	Mensalmente	
	Com frequência menor que mensalmente	
4. Antiguidade (será assinalada apenas uma)	Até um mês	
	Mais de um mês, mas não mais de seis	
	Mais de seis meses, mas não mais de doze	
	Mais de um ano, mas não mais de dois	
	Mais de dois anos, mas não mais de cinco	
	Mais de cinco anos	
5. Número de autores (será assinalada apenas uma)	Um autor	
	Dois autores	
	Três autores	

	Mais de três autores		
6. Gênero do(s) autor(es) principal(is) do blog  (se é possível conhecer pelo perfil publicado no blog, se assinalará apenas uma com um máximo de três autores)	6.1. Autor primeiro		
	Nome:		
	Homem		
	Mulher		
	Não identificado		
	6.2. Segundo autor		
	Nome:		
	Homem		
	Mulher		
	Não identificado		
	6.3. Tercero autor		
	Nome:		
	Homem		
Mulher			
Não identificado			
7. Idade do(s) autor(es) principal(is) do blog  (se é possível conhecer pelo perfil publicado no blog, se assinalará apenas uma com um máximo de três autores)	7.1. Primeiro autor:		
	Até 20 anos		
	De 21 a 25 anos		
	De 26 a 30 anos		
	De 31 a 35 anos		
	De 36 a 40 anos		
	41 anos ou mais		
	Não identificada		
	7.2. Segundo autor:		
	Até 20 anos		
	De 21 a 25 anos		

	De 26 a 30 anos		
	De 31 a 35 anos		
	De 36 a 40 anos		
	41 anos ou mais		
	Não identificada		
	7.3. Terceiro autor:		
	Até 20 anos		
	De 21 a 25 anos		
	De 26 a 30 anos		
	De 31 a 35 anos		
	De 36 a 40 anos		
	41 anos ou mais		
	Não identificada		
	8. Rol social principal desempenhado pelo (s) autor(es) principal(is) do blog  (se é possível conhecer pelo perfil publicado no blog, com classificação aberta de categorias e a admissão de um máximo de três autores)	8.1. Primeiro autor	
8.2. Segundo autor			
8.3. Terceiro autor			
9. Número de links para outras páginas web			
10. Tipos de links do blog para outras	10.1. Para sites de referência	SIM NÃO	

páginas web (podem ser assinaladas várias categorias)	10.2. Para bancos de dados	SIM	NÃO
	10.3. Para páginas de celebridades	SIM	NÃO
	10.4. Para outros blogueiros	SIM	NÃO
	10.5. Para páginas de amigos e/ou parentes	SIM	NÃO
	10.6. Para páginas que mantêm algum tipo de vínculo com o blog analisado	SIM	NÃO
11. Participação do(s) autor(es) principal(is) do blog em outros sites web ou blogs divulgados através de links no blog  (se assinalará apenas uma com um máximo de três autores)	11.1. Primeiro autor		
	Em todos		
	Em alguns		
	Em nenhum		
	11.2. Segundo autor		
	Em todos		
	Em alguns		
	Em nenhum		
	11.3. Tercero autor		
	Em todos		
	Em alguns		
	Em nenhum		
12. Espaço e canais para a interação (podem ser assinaladas mais de uma categoria)	12.1. Mensagens de texto no final de cada comentário publicado	SIM	NÃO
	12.2. Citações no próprio conteúdo do blog	SIM	NÃO
	12.3. Ferramentas de inserção de conteúdos - fotos, músicas, vídeos, etc. - por parte dos internautas	SIM	NÃO
	12.4. Divulgação de um correio eletrónico	SIM	NÃO



<p>13. Frequência das respostas dos internautas que participam nos textos e/ou em comentários do blog</p> <p>(será assinalada apenas uma, levando em conta uma amostra de eleição aleatória de um internauta a cada 10)</p>	13.1. Primeiro internauta	
	Nome:	
	Em todos os novos textos	
	Aproximadamente uma vez por semana	
	Aproximadamente uma vez por mês	
	Participou apenas uma vez	
	13.2. Segundo internauta	
	Nome:	
	Em todos os novos textos	
	Aproximadamente uma vez por semana	
	Aproximadamente uma vez por mês	
	Participou apenas uma vez	
	13.3. Terceiro internauta	
Nome:		
Em todos os novos textos		
Aproximadamente uma vez por semana		
Aproximadamente uma vez por mês		
Participou apenas uma vez		
<p>14. Participação do internauta que contribui no blog através de textos ou comentários em outros sites web ou blogs que têm links publicados no blog analisado</p> <p>(será assinalado apenas uma e se levará em conta uma amostra de eleição aleatória de um internauta de cada 10)</p>	14.1. Primeiro internauta	
	Nome:	
	Em todos os links	
	Em alguns	
	Em nenhum	
	14.2. Segundo internauta	
	Nome:	
Em todos		

	Em alguns	
	Em nenhum	
	14.3. Terceiro internauta	
	Nome:	
	Em todos	
	Em alguns	
	Em nenhum	
15. Número de posts do blog analisados para o estudo de caso		

#### Variáveis específicas (do post)

<b>NOME DO BLOG E URL</b>	Número de código:
Título do post	Número de código:
1. Autor(es) (máximo de três)	1.1. Primeiro autor Nome:
	1.2. Segundo autor Nome:
	1.3. Terceiro autor Nome:
2. Data de publicação	
3. Data de consulta	
4. Tema  (com classificação aberta de categorias, tendo em conta que se admitirá um máximo de três autores e de três categorias para cada autor)	4.1. Primeiro autor

	4.2. Segundo autor		
	4.3. Terceiro autor		
5. Nível de personalização (será assinalada apenas uma e um máximo de três autores)	5.1. Primeiro autor		
	Alto		
	Mediano		
	Baixo		
	Nada pessoal		
	5.2. Segundo autor		
	Alto		
	Mediano		
	Baixo		
	Nada pessoal		
	5.3. Terceiro autor		
	Alto		
	Mediano		
	Baixo		
	Nada pessoal		
	6. Número de comentários de	Até 10	

internautas (será assinalado apenas uma)	Entre 11 e 20	
	Entre 21 e 30	
	Entre 31 e 50	
	Entre 51 e 100	
	Mais de 100	
<p>7. Característica das respostas dos internautas que participam no post ou em comentários que lhe seguem</p> <p>(será assinalada apenas uma e será levado em conta os textos dos mesmos internautas escolhidos nas variáveis anteriores)</p>	7.1. Primeiro internauta	
	Neutras	
	Confirmação do conteúdo anteriormente publicado (concordância)	
	Negação do conteúdo anteriormente publicado (discordância)	
	7.2. Segundo internauta	
	Neutralidade	
	Confirmação do conteúdo anteriormente publicado (concordância)	
	Negação do conteúdo anteriormente publicado (discordância)	
	7.3. Terceiro internauta	
	Neutralidade	
	Confirmação do conteúdo anteriormente publicado (concordância)	
	Negação do conteúdo anteriormente publicado (discordância)	
<p>8. Frequência das respostas do(s) autor(es) principal(is) do post para comentários de outros internautas</p> <p>(se assinalará apenas uma e admite um máximo de três autores)</p>	8.1. Primeiro autor	
	Sempre responde	
	Responde a maioria	
	Responde com pouca frequência	
	Nunca responde	

	8.2. Segundo autor		
	Sempre responde		
	Responde a maioria		
	Responde com pouca frequência		
	Nunca responde		
	8.3. Terceiro		
	Sempre responde		
	Responde a maioria		
	Responde com pouca frequência		
	Nunca responde		
9. Característica das respostas do(s) autor(es) principal(is) do post aos comentários de outros internautas  (será assinalada apenas uma e admite um máximo de três autores)	9.1. Primeiro autor		
	Neutralidade		
	Confirmação do conteúdo (concordância)		
	Negação do conteúdo (discordância)		
	9.2. Segundo autor		
	Neutralidade		
	Confirmação de conteúdo (concordância)		
	Negação de conteúdo (discordância)		
	9.3. Terceiro autor		
	Neutralidade		
	Confirmação de conteúdo (concordância)		
	Negação de conteúdo (discordância)		
10. Mudanças no discurso do autor principal do post provocado pela interação com algum internauta  (pode ser assinalada mais de uma	10.1. Primeiro autor		
	10.1.1. Negação de algum comentário apresentado anteriormente	SIM	NÃO

categoria e admite um máximo de três autores)	10.1.2. Alteração de algum aspecto de um texto anteriormente publicado	SIM	NÃO
	10.1.3. Correção de alguma informação apresentada anteriormente em algum texto	SIM	NÃO
	10.2. Segundo autor		
	10.2.1. Negação de algum comentário apresentado anteriormente	SIM	NÃO
	10.2.2. Alteração de algum aspecto de um texto anteriormente publicado	SIM	NÃO
	10.2.3. Correção de alguma informação apresentada anteriormente em algum texto	SIM	NÃO
	10.3. Terceiro autor		
	10.3.1. Negação de algum comentário apresentado anteriormente	SIM	NÃO
	10.3.2. Alteração de algum aspecto de um texto anteriormente publicado	SIM	NÃO
	10.3.3. Correção de alguma informação apresentada anteriormente em algum texto	SIM	NÃO
11. Elementos de identidade pessoal do(s) autor(es) principal(is) do post  (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e admite um máximo de três autores)	11.1. Primeiro autor		
	11.1.1. Hobbies 1, 2, 3, 4	SIM	NÃO
	11.1.2. Nacionalidade	SIM	NÃO
	11.1.3. Gostos culturais	SIM	NÃO
	11.1.4. Afiliações a grupos ou entidades	SIM	NÃO
	11.1.5. Entorno de amizade	SIM	NÃO
	11.1.6. Entorno familiar	SIM	NÃO

	11.1.7. Identificação ou rechaço a realidade que vive	SIM	NÃO
	11.1.8. Satisfação pessoal ou profissional	SIM	NÃO
	11.1.9. Assuntos de interesse	SIM	NÃO
	11.1.10.	SIM	NÃO
	11.1.11.	SIM	NÃO
	11.1.12.	SIM	NÃO
	11.2. Segundo autor		
	11.2.1. Hobbies	SIM	NÃO
	11.2.2. Nacionalidade	SIM	NÃO
	11.2.3. Gostos culturais	SIM	NÃO
	11.2.4. Afiliações a grupos ou entidades	SIM	NÃO
	11.2.5. Entorno de amizades	SIM	NÃO
	11.2.6. Entorno familiar	SIM	NÃO
	11.2.7. Identificação ou rechaço a realidade que vive	SIM	NÃO
	11.2.8. Satisfação pessoal ou profissional	SIM	NÃO
	11.2.9. Assuntos de interesse	SIM	NÃO
	11.2.10.	SIM	NÃO
	11.2.11.	SIM	NÃO
	11.2.12.	SIM	NÃO
	11.3. Terceiro autor		
	11.3.1. Hobbies	SIM	NÃO
	11.3.2. Nacionalidade	SIM	NÃO
	11.3.3. Gostos culturais	SIM	NÃO
	11.3.4. Afiliações a grupos ou entidades	SIM	NÃO

	11.3.5. Entorno de amizades	SIM	NÃO
	11.3.6. Entorno familiar	SIM	NÃO
	11.3.7. Identificação ou rechaço a realidade que vive	SIM	NÃO
	11.3.8. Satisfação pessoal ou profissional	SIM	NÃO
	11.3.9. Assuntos de interesse	SIM	NÃO
	11.3.10.	SIM	NÃO
	11.3.11.	SIM	NÃO
	11.3.12.	SIM	NÃO
12. Elementos de identidade coletiva do(s) autor(es) principal(is) do post  (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e admite um máximo de três autores)	12.1. Primeiro autor		
	12.1.1. Grupos raciais/étnicos	SIM	NÃO
	12.1.2. Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas	SIM	NÃO
	12.1.3. Grupos políticos	SIM	NÃO
	12.1.4. Grupos religiosos	SIM	NÃO
	12.1.5. Grupos de aficionados	SIM	NÃO
	12.1.6. Grupos de internautas	SIM	NÃO
	12.1.7.	SIM	NÃO
	12.1.8.	SIM	NÃO
	12.1.9.	SIM	NÃO
	12.2. Segundo autor		
	12.2.1. Grupos raciais/étnicos	SIM	NÃO
	12.2.2. Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas	SIM	NÃO
	12.2.3. Grupos políticos	SIM	NÃO
	12.2.4. Grupos religiosos	SIM	NÃO
	12.2.5. Grupos de aficionados	SIM	NÃO
	12.2.6. Grupos de internautas	SIM	NÃO



	12.2.7.	SIM	NÃO
	12.2.8.	SIM	NÃO
	12.2.9.	SIM	NÃO
	12.3. Terceiro autor		
	12.3.1. Grupos raciais/étnicos	SIM	NÃO
	12.3.2. Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas	SIM	NÃO
	12.3.3. Grupos políticos	SIM	NÃO
	12.3.4. Grupos religiosos	SIM	NÃO
	12.3.5. Grupos de aficionados	SIM	NÃO
	12.3.6. Grupos de internautas	SIM	NÃO
	12.3.7.	SIM	NÃO
	12.3.8.	SIM	NÃO
	12.3.9.	SIM	NÃO
13. Elementos de identidade pessoal dos internautas que participam do post  (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e leva em conta os textos dos mesmos internautas escolhidos nas variáveis anteriores)	13.1. Primeiro internauta		
	13.1.1. Idade	SIM	NÃO
	13.1.2. Hobbies	SIM	NÃO
	13.1.3. Nacionalidade	SIM	NÃO
	13.1.4. Rol social	SIM	NÃO
	13.1.5. Gostos culturais	SIM	NÃO
	13.1.6. Afiliações a grupos ou entidades	SIM	NÃO
	13.1.7. Gênero	SIM	NÃO
	13.1.8. Entorno de amizades	SIM	NÃO
	13.1.9. Entorno familiar	SIM	NÃO
	13.1.10. Identificação ou rechaço a realidade que vive	SIM	NÃO
	13.1.11. Satisfação pessoal ou profissional	SIM	NÃO

	13.1.12. Assuntos de interesse	SIM	NÃO
	13.1.13.	SIM	NÃO
	13.1.14.	SIM	NÃO
	13.1.15.	SIM	NÃO
	13.2. Segundo internauta		
	13.2.1. Idade	SIM	NÃO
	13.2.2. Hobbies	SIM	NÃO
	13.2.3. Nacionalidade	SIM	NÃO
	13.2.4. Rol social	SIM	NÃO
	13.2.5. Gostos culturais	SIM	NÃO
	13.2.6. Afiliações a grupos ou entidades	SIM	NÃO
	13.2.7. Gênero	SIM	NÃO
	13.2.8. Entorno de amizades	SIM	NÃO
	13.2.9. Entorno familiar	SIM	NÃO
	13.2.10. Identificação ou rechaço realidade que vive	SIM	NÃO
	13.2.11. Satisfação pessoal ou profissional	SIM	NÃO
	13.2.12. Assuntos de interesse	SIM	NÃO
	13.2.13.	SIM	NÃO
	13.2.14.	SIM	NÃO
	13.2.15	SIM	NÃO
	13.3. Terceiro internauta		
	13.3.1. Idade	SIM	NÃO
	13.3.2. Hobbies	SIM	NÃO
	13.3.3. Nacionalidade	SIM	NÃO
	13.3.4. Rol social	SIM	NÃO

	13.3.5. Gostos culturais	SIM	NÃO
	13.3.6. Afiliações a grupos ou entidades	SIM	NÃO
	13.3.7. Género	SIM	NÃO
	13.3.8. Entorno de amizades	SIM	NÃO
	13.3.9. Entorno familiar	SIM	NÃO
	13.3.10. Identificação ou rechaço a realidade que vive	SIM	NÃO
	13.3.11. Satisfação pessoal ou profissional	SIM	NÃO
	13.3.12. Assuntos de interesse	SIM	NÃO
	13.3.13.	SIM	NÃO
	13.3.14.	SIM	NÃO
	13.3.15.	SIM	NÃO
14. Elementos de identidade coletiva dos internautas que participam do post  (esta variável indica se as características identitárias estão ou não presentes e leva em conta os textos dos mesmos internautas escolhidos nas variáveis anteriores)	14.1. Primeiro internauta		
	14.1.1. Grupos raciais/étnicos	SIM	NÃO
	14.1.2. Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas	SIM	NÃO
	14.1.3. Grupos políticos	SIM	NÃO
	14.1.4. Grupos religiosos	SIM	NÃO
	14.1.5. Grupos de aficionados	SIM	NÃO
	14.1.6. Grupos de internautas	SIM	NÃO
	14.1.7.	SIM	NÃO
	14.1.8.	SIM	NÃO
	14.1.9.	SIM	NÃO
	14.2. Segundo internauta		
	14.2.1. Grupos raciais/étnicos	SIM	NÃO
	14.2.2. Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas	SIM	NÃO

	14.2.3. Grupos políticos	SIM	NÃO
	14.2.4. Grupos religiosos	SIM	NÃO
	14.2.5. Grupos de aficionados	SIM	NÃO
	14.2.6. Grupos de internautas	SIM	NÃO
	14.2.7.	SIM	NÃO
	14.2.8.	SIM	NÃO
	14.2.9.	SIM	NÃO
	14.3. Terceiro internauta		
	14.3.1. Grupos raciais/étnicos	SIM	NÃO
	14.3.2. Grupos nacionais, nacionalistas, regionalistas	SIM	NÃO
	14.3.3. Grupos políticos	SIM	NÃO
	14.3.4. Grupos religiosos	SIM	NÃO
	14.4.5. Grupos de aficionados	SIM	NÃO
	14.3.6. Grupos de internautas	SIM	NÃO
	14.3.7.	SIM	NÃO
	14.3.8.	SIM	NÃO
	14.3.9.	SIM	NÃO

## ANEXO III. PLANO DE EXPLORAÇÃO

Neste anexo se assinalam os objetivos da investigação e a forma com a qual pensamos que eles poderiam ser cobertos:

**Objetivo específico 1** – Estudar o sentimento de pertencimento dos produtores de conteúdos dos blogs quanto a grupos e coletivos – grupos e coletivos que tanto podem existir independentemente da interação pela web ou através da existência do blog estudado. Este objetivo pretendem ser cobertos com os dados obtidos nas operações seguintes:

OPERAÇÕES	O QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
análise dos resultados do bloco de variáveis  <b>Elementos de identidade coletiva do autor principal do post</b>	Estabelecer que tipo de sentimento de pertencimento o autor do blog poderia possuir a determinados grupos ou coletivos de forma independente a interação proporcionada no blog estudado	H-1: o blogueiro se sente parte de uma série de coletivos e/ou grupos antes de se comunicar através de seu blog, mas que essa manifestação de sua identidade pode mudar com o tempo conforme vai ocorrendo a interação com os internautas  H-2: se percebe como mais comum a manifestação do pertencimento a grupos nacionais ou de aficionados a determinada prática, mas não se percebe tanto o mesmo na relação à religião ou a política
Cruze da variável  <b>Participação do autor principal do blog em outros sites web ou blogs divulgados através de links em seu blog</b>  Com a variável  <b>Participação do internauta que contribui no blog através de textos ou comentários em</b>	Saber se existe uma “rede” de comunicação integrada pelo blogueiro, da qual seu blog seria um nó importante e que funcionaria dependendo de outros contatos	H-1: ao redor de um blog é formada uma comunidade de pessoas ligadas pelo intercâmbio de informações, opiniões e vivências determinadas pelo meio virtual, independente dos contatos diretos ou pessoais entre as pessoas  H-2: é muito provável que o autor principal do blog y os internautas que comentam os seus posts participem nos mesmos sites web ou blogs de terceiros

outros sites web ou blogs que têm links publicados no blog analisado		
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Elementos de identidade coletiva do autor principal do post</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade coletiva dos internautas que participam do post estudado</b></p>	saber até que ponto ocorre a identificação entre o blogueiro e os internautas e quanto esta similitude de elementos de identidade pode estimular a comunicação	<p>H-1: existe uma relação entre o que o blogueiro e seus leitores comunicam a respeito de seus sentimentos de pertencimento a grupos</p> <p>H-2: as pessoas que não se sentem identificadas com os mesmos elementos de identidade coletiva do blogueiro ou dos demais internautas acabam não formando parte do grupo que normalmente participa das discussões do blog</p>

**Objetivo específico 2** – Conhecer o nível de personalização dos conteúdos publicados nos blogs, levando em conta o discurso dos blogueiros e dos internautas, dependendo de quanto eles contem de suas crenças, preferências políticas, gostos, vocação, de seu entorno familiar e social, assim como de outros aspectos pessoais:

OPERAÇÕES	O QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Gênero do autor principal do blog</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Idade do autor principal do blog</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Rol social principal desempenhado pelo autor principal do blog</b></p>	Saber que informações o blogueiro quer que seus leitores saibam de sua vida pessoal	<p>H-1: nem sempre dados considerados tão básicos para conhecer uma pessoa na vida comum fora da internet – como acontece com o gênero, a idade e o rol social de uma pessoa – acabam tendo importância na blogosfera</p> <p>H-2: as três informações básicas na análise acabam definindo de alguma maneira as pessoas que mais participam do blog com comentários ou aportações</p>
Cruze da variável	Saber quanto dos textos do	H-1: o blogueiro utiliza o espaço

<p><b>Nível de personificação do texto publicado</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade pessoal do autor principal do post</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Acordo ou desacordo dos autores do post com os comentários recebidos neste post</b></p>	<p>blogueiro são essencialmente pessoais e revelam muito de seus gostos, personalidade e da realidade em que vive. Com o terceiro cruzamento, se busca também entender quanto da “carga pessoal” do blogueiro pode afetar suas manifestações de acordo ou desacordo com os internautas que comentam seus textos.</p>	<p>que tem na internet para manifestar muito de sua vida pessoal ou de suas preferências pessoais para os demais, o que acaba resultando em um incentivo para a interação com seu público, os internautas</p> <p>H-2: a comunicação através dos blogs é diretamente estimulada por este “desvelo” por parte do blogueiro, o que acaba motivando possíveis acordos ou desacordos dele com os internautas que fazem comentários em seus textos</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Número de comentários de internautas publicado no post analisado</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade pessoal do(s) autor(es) principal(is) do post</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade coletiva do(s) autor(es) principal(is) do post</b></p>	<p>Se busca entender se existe alguma relação entre a publicação de textos mais pessoais do blogueiro com uma participação maior ou menor dos internautas emitindo suas opiniões a respeito do que eles leram</p>	<p>H-1: não existe uma relação causal entre textos com mais elementos de identidade do autor do blog e a publicação de um número maior de comentários de internautas – isso porque os comentários são motivados por outras razões, como pelos temas dos posts publicados</p>

**Objetivo específico 3** – Estudar de que maneira os blogueiros percebem a sua própria identidade em contraste com a identidade dos demais ou, em outras palavras, de que maneira a comunicação estabelecida através de seu blog, amplia, modifica ou lhe ajuda a estabelecer o entendimento através de seu blog, amplia, modifica ou lhe ajuda a estabelecer o entendimento de que forma parte de um coletivo, de um grupo,

ou que é diferente dos demais, em um jogo de identificação ou não com a ideia de “nós” (em que o blogueiro se vê identificado com outros internautas ou blogueiros) frente ao conceito de “os outros” (em que o blogueiro se vê diferente em relação a determinados grupos ou pessoas, que acaba identificando como alheios ao seu meio):

OPERAÇÕES	O QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Elementos de identidade pessoal do(s) autor(es) principal(is) do post</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade coletiva do(s) autor(es) principal(is) do post</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade pessoal dos internautas que participam do post estudado</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade coletiva do internauta que participa do post estudado</b></p>	<p>estabelecer o que se manifesta de comum ou diferente nos elementos pessoais divulgados pelo autor do blog e os internautas que participam de seus textos através de comentários</p>	<p>H-1: existe uma correspondência entre os elementos de identidade manifestados pelo blogueiro e aqueles que os internautas fazem público em seus comentários</p> <p>H-2: os elementos de identidade pessoal e coletivas em jogo na comunicação se tornam mais comuns na medida em que a interação se desenvolve</p> <p>H-3: o que o blogueiro comunica como sendo de sua personalidade ou de seu sentimento de pertencimento a grupos ou coletivos têm uma maior correspondência com os internautas que participam com maior frequência em seu blog</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Acordo ou desacordo dos autores do post com os comentários recebidos neste post</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Característica das respostas dos internautas que</b></p>	<p>Saber de que maneira o autor do post se sente em relação aos internautas que participam de seu blog – se mais de acordo ou em desacordo com o que eles manifestam –, assim como o que se percebe dos internautas em relação ao blogueiro</p>	<p>H-1: na mesma medida que os internautas manifestam as suas opiniões favoráveis ou não ao que o blogueiro disse antes, o autor do post se sente mais ou menos disposto a seguir com o debate de determinado tema</p> <p>H-2: uma maior exposição das opiniões do blogueiro no debate em um jogo de concordar ou discordar dos internautas mais deixa claro seu sentimento de pertencimento ou de identificação</p>



participam no post ou em comentários que lhe seguem		com determinados grupos ou pessoas  H-3: a quantidade de acordos e desacordos reflete possíveis barreiras ou ruídos na comunicação, o que pode dificultar o êxito do blog enquanto espaço comunicativo
---	--	--

**Objetivo específico 4** – Avaliar em que medida a produção dos blogs estudados é pessoal para, em seguida, examinar se a manifestação da identidade da pessoa responsável por seus conteúdos é determinante para a criação de um grupo de seguidores do blog ou, em outras palavras, se existe uma relação direta entre a exposição do autor do blog de seus gostos, desejos, características pessoais, etc., para que os demais internautas participem com frequência na página web e determinem, desta maneira, a criação de uma “comunidade virtual” que tem o blog como um de seus pontos de referência.

OPERAÇÕES	A QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
Cruze da variável  <b>Nível de personificação do texto publicado</b>  Com a variável  <b>Número de comentários de internautas publicados no post analisado</b>	Saber se os textos mais pessoais do autor do blog são frequentemente aqueles em que mais houve participação dos internautas	H-1: os textos em que o blogueiro expressa mais histórias pessoais, envolvendo experiências pessoais com familiares e amigos ou, de outra maneira, quanto mais o autor fala de seus gostos, hobbies, etc., mais os internautas se sentem estimulados a participar com comentários que podem ou não conter elementos similares
Cruze da variável  <b>Elementos de identidade pessoal do(s) autor(es) principal(is) do post</b>  Com a variável  <b>Elementos de identidade coletiva</b>	Saber se existe alguma relação entre a expressão de dados pessoais por parte do autor do blog com mais ou menos manifestações de acordo ou desacordo dos internautas que visitam o site analisado	H-1: quanto mais o blogueiro deixa os seus sentimentos manifestados e os elementos de identidade que têm através de seus textos, mais estimulados se sentem os internautas a participar do blog com opiniões de acordo ou desacordo

<b>do(s) autor(es) principal(is) do post</b>  Com a variável  <b>Característica das respostas dos internautas que participam no post ou em comentários que lhe seguem</b>		
Cruze da variável  <b>Elementos de identidade pessoal do(s) autor(es) principal(is) do post</b>  Com a variável  <b>Elementos de identidade pessoal dos internautas que participam do post estudado</b>	Identificar quantos elementos similares podem ou não unir ao blogueiro e os internautas participantes de sua página web	H-1: existem mais elementos em comum que elementos identitários diferentes entre as pessoas que costumam participar no blog estudado  H-3: os elementos de identidade pessoal definem a maior parte da comunicação nos blogs – garantindo a participação de um grupo de pessoas com frequência

**Objetivo específico 5** – Buscar os elementos da interação entre o blogueiro e os demais internautas que participam de seu blog para descobrir se existe a possibilidade de que o intercâmbio de opiniões e de discursos pode provocar algum tipo de alteração na manifestação do blogueiro de seus elementos de identidade pessoal ou, inclusive, de seu sentimento de pertencimento a determinado grupo social:

OPERAÇÕES	A QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
Cruze da variável  <b>Tema do texto publicado</b>  Com a variável  <b>Número de comentários de internautas publicados no post</b>	Saber em que medida os temas do blog podem ser estabelecidos ou podem mudar conforme o autor se vê identificado ou não com os internautas que interagem com ele	H-1: o blogueiro pode trabalhar mais determinados assuntos ou temas conforme percebe que tem mais ou menos “audiência” dos internautas ou, em outras palavras, conforme percebe que seu discurso é entendido de maneira mais clara e com mais participação das pessoas em determinados temas que em

<p><b>analisado</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Acordo ou desacordo dos autores do post com os comentários recebidos neste post</b></p>		<p>outros</p> <p>H-2: alguns temas resultam em maior ou menor participação dos internautas através de comentários no blog</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Tema do texto publicado</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Característica das respostas dos internautas que participam no post ou em comentários que lhe seguem</b></p>	<p>Saber se existe uma relação determinante para a escolha dos conteúdos do blog e a ideia de “ser compreendido” pelos internautas que participam do blog</p>	<p>H-1: alguns temas propostos pelo blogueiro tem mais ou menos compreensão ou manifestações de acordo ou desacordo por parte dos internautas</p>
<p>Análise da variável</p> <p><b>Mudanças no discurso do(s) autor(es) principal(is) do post provocados pela interação com algum internauta que tenha participado do blog através de comentários ou textos</b></p>	<p>Identificar possíveis mudanças na ideia que o blogueiro faz de si mesmo ou de seus gostos conforme vai expondo publicamente estas informações e, além de as expor, as têm confrontadas com as ideias e os gostos dos demais</p>	<p>H-1: o blogueiro pode mudar os seus discursos e/ou sua maneira de se expressar conforme ele vai interagindo com os demais internautas através de seu blog de característica marcadamente pessoal</p>

**Objetivo específico 6** – Estudar os níveis de interação estabelecidos em cada um dos blogs em análise para entender se existe uma relação entre a disponibilidade de espaços interativos e a frequência com que se estabelece a interação entre o autor do blog e os internautas, assim como avaliar a importância da interação do blogueiro com

outros autores de blog para a formação de uma “comunidade virtual” ao redor do blog – e para que a mesma seja mantida:

OPERAÇÕES	A QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
<p>Análise da variável</p> <p><b>Participação do(s) autor(es) principal(is) do blog em outros sites web ou blogs divulgados através de links em seu blog</b></p>	<p>Estudar se existe uma relação de intercâmbio de informações e opiniões baseada no blog estudado na relação com outros autores de blogs e, assim, medir a frequência e a maneira com que se estabelece estas relações</p>	<p>H-1: o autor do blog divulga em sua página web, com certa frequência, blogs e páginas web com as quais mantêm algum contato e/ou participação, formando assim, através de seu blog, uma rede de comunicação visível que podia ou não existir antes da criação de sua página web</p> <p>H-2: os sites web ou blogs nos quais o autor estudado participa acabam chamando para sua página web os respectivos autores destes espaços e/ou parte de seus leitores</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Antiguidade</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Links do blog para outras páginas web</b></p>	<p>Identificar se existe alguma relação entre o tempo que um blog é publicado e a quantidade dos contatos feitos durante este tempo</p>	<p>H-1: quanto mais tempo faz que um blog foi criado, mais contatos com outros blogueiros são estabelecidos conforme a interação com os mesmos vai se desenvolvendo</p> <p>H-2: a interação com outros blogueiros acaba transformando o blog estudado em um ponto de encontro antes inexistente de pessoas que têm as mesmas opiniões ou determinados assuntos em comum</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Espaço e canais para a interação</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Número de comentários de internautas</b></p>	<p>Estabelecer se a quantidade de recursos disponíveis para a interação têm alguma determinação ou influência para uma maior ou menor participação dos internautas através de comentários nos</p>	<p>H-1: o espaço disponível para a interação afeta pouco o número de participações, já que o que se percebe como mais significativo na comunicação dos blogs é a manifestação de características das identidades das pessoas que fazem parte</p>

<b>publicados no post analisado</b>	textos	da comunicação ou, em outras palavras, que a comunicação ocorre de maneira mais constante quanto mais as pessoas se expõe e interagem entre si
-------------------------------------	--------	--

**Objetivo específico 7** – Estudar se existe uma “rede” de contatos e links divulgados pelo blogueiro para outros blogs e investigar, com isso, a criação de uma “comunidade virtual” que, quem sabe, não existia antes da formação dos blogs e da interação entre os seus participantes e criadores:

OPERAÇÕES	O QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
<p>Análise da variável</p> <p><b>Links do blog para outras páginas web</b></p>	<p>Saber que tipo de recomendações o blogueiro faz para os seus leitores, buscando dados que podem confirmar ou não uma relação de proximidade do autor do blog estudado com outros blogueiros</p>	<p>H-1: o autor, através de seu blog, estabelece uma série de contatos que antes da publicação de seu blog não existiam em relação a distintos autores como ele</p> <p>H-2: a maior parte dos links publicados no blog remete a seus leitores a outros blogs que tem características em comum</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Gênero do(s) autor(es) principal(is) do blog</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Idade do(s) autor(es) principal(is) do blog</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Rol social principal desempenhado pelo(s) autor(es) principal(is) do blog</b></p>	<p>Analisar com mais profundidade a rede de comunicação formada ao redor de um blog – comparando as informações pessoais dos blogueiros que tem suas páginas divulgadas no blog estudado, assim como as informações dos internautas que comentam nos posts deste blog e que são, ao mesmo tempo, também blogueiros</p>	<p>H-1: que as relações de comunicação na chamada “comunidade virtual” se desenvolvem baseadas em elementos similares que nos fazem nos aproximarmos ou não a outras pessoas no mundo físico; ou seja, que elementos como “gênero”, “idade” e “roles sociais” também sejam determinantes para a formação de um grupo de blogueiros</p>

Com a variável		
<b>Gênero do blogueiro (internauta) que tem um link publicado no blog estudado</b>		
Com a variável		
<b>Idade do blogueiro (internauta) que tem um link publicado no blog estudado</b>		
Com a variável		
<b>Rol social principal desempenhado pelo blogueiro (internauta) que tem um link publicado no blog estudado</b>		

**Objetivo específico 8** – Avaliar o fenômeno dos blogs enquanto eles têm nos relatos de histórias pessoais um de seus principais atrativos para a formação de um grupo de leitores em seu entorno:

OPERAÇÕES	O QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
Cruze da variável <b>Tema do texto publicado</b> Com a variável <b>Nível de personificação do texto publicado</b>	Entender quanto dos temas do blog são determinados pelo interesse de seu autor em narrar relatos pessoais ou em emitir opiniões sobre distintas pessoas e situações	H-1: não existe uma relação causal entre a preocupação do blogueiro em escrever de maneira mais pessoal e os temas que acabam sendo publicados no blog – ou seja, que se pode escrever de maneira muito pessoal sobre temas que aparentemente não tem essa conotação e ao contrário
Cruze da variável <b>Nível de personificação do</b>	Determinar se existe uma relação entre textos mais pessoais e um maior interesse por interação por	H-1: um maior nível de personificação dos conteúdos não tem relação direta com uma maior participação dos

<b>texto publicado</b>  Com a variável  <b>Número de comentários de internautas publicados no post analisado</b>	parte dos internautas	internautas, já que isto seria determinado em uma maior medida pelos temas propostos
--	-----------------------	--

**Outros objetivos:**

OPERAÇÕES	O QUE SE PRETENDE	HIPÓTESIS ASSOCIADAS
Cruze da variável  <b>Gênero do(s) autor(es) principal(is) do blog</b>  Com a variável  <b>Tema do texto publicado</b>	Saber quanto do conteúdo é determinado pelo fato de que o autor seja homem ou mulher	H-1: a questão do gênero ainda é mais determinante para a escolha de determinados temas em detrimento de outros do que outras características pessoais, como o rol social do blogueiro, o entorno aonde vive ou outras características pessoais
Cruze da variável  <b>Rol social principal desempenhado pelo(s) autor(es) principal(is) do blog</b>  Com a variável  <b>Frequência das respostas do(s) autor(es) principal(is) do post aos comentários de outros internautas no post analisado</b>	Entender até que ponto a profissão ou o trabalho desempenhado pelo blogueiro pode determinar um maior ou menor interesse seu em dialogar com os demais internautas em sua página web	H-1: o rol social do blogueiro interfere no seu interesse em responder de maneira mais ou menos frequente aos internautas – ou seja, se o blogueiro depende de alguma maneira de seu blog para ganhar a vida, por exemplo, o tempo dedicado para responder aos internautas será maior que nas outras situações
Cruze da variável	Saber se existe alguma	H-1: os blogs pessoais mais

<p><b>Antiguidade</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Periodicidade aproximada</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Rol social principal desempenhado pelo(s) autor(es) principal(is) do blog</b></p>	<p>relação entre a característica profissional do blogueiro com o seu interesse ou disponibilidade em manter atualizada sua página web</p>	<p>antigos na blogosfera foram criados por pessoas que tem alguma ligação com profissões tecnológicas ou da comunicação</p> <p>H-2: as pessoas que mais mantêm seus blogs atualizados são aquelas que desempenham roles sociais de alguma maneira relacionados com tecnologia, internet ou comunicação</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Espaço e canais para a interação</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Característica das respostas dos internautas que participam no post ou em comentários que lhe seguem</b></p>	<p>Saber que relação existe entre a disponibilidade de espaços para a interação dos internautas e as manifestações positivas a respeito do autor do blog por parte dos internautas</p>	<p>H-1: os espaços de interação para os internautas não tem relação com as respostas mais ou menos coincidentes deles com o blogueiro</p>
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Nível de personificação do texto publicado</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade pessoal dos internautas que participam do post</b></p>	<p>Determinar se existe uma relação mútua entre blogueiro e internautas referente a exposição pessoal como elemento-chave para que a comunicação se desenvolva</p>	<p>H-1: existe uma relação causal entre textos mais pessoais do autor do blog com comentários que apresentam maior carga de elementos de identidade pessoal e coletiva por parte dos internautas</p>



<p><b>estudado</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Elementos de identidade coletiva do internauta que participa do post estudado</b></p>		
<p>Cruze da variável</p> <p><b>Acordo ou desacordo dos autores do post com os comentários recebidos neste post</b></p> <p>Com a variável</p> <p><b>Característica das respostas dos internautas que participam no post ou em comentários que lhe seguem</b></p>	<p>Saber se existe uma relação entre a forma com a qual o blogueiro responde aos comentários dos internautas e o que os mesmos expressaram em relação a concordar ou não com os textos publicados anteriormente</p>	<p>H-1: o blogueiro, ao ver que teve mais respostas positivas do que negativas, se sente mais propenso a manter o diálogo com os internautas que nas situações em que é mais criticado que elogiado</p> <p>H-2: o blogueiro reage na mesma medida em que os internautas respondem a seus textos, ou seja, que quanto mais os internautas demonstram acordo ou desacordo com o que foi publicado, mais o blogueiro responde da mesma forma</p>

## ANEXO IV. QUESTIONÁRIO PARA OS BLOGUEIROS

Questionário enviado por correio eletrônico para todos os blogueiros que seguem com suas páginas pessoais ativas e que facilitaram de alguma maneira uma forma de contato para quem acessa a seus blogs.

*Este é um questionário que será usado em uma tese de doutorado da Universidade Complutense de Madri e que trata da comunicação através dos blogs.*

*Quanto mais você puder responder e argumentar em cada pergunta, melhor para o trabalho que estou desenvolvendo. Desde já, agradeço por sua ajuda.*

1. Existe um grupo de contatos criado ao redor do blog – seja pela publicação de links, seja com a interação com outros produtores de conteúdos através do intercâmbio de comentários. Quanto deste grupo já existia antes da criação do blog? Poderias, por favor, dar exemplos de relações que já existiam antes e de relações que surgiram através do blog?

2. Observamos que poucas vezes assuntos relacionados com as religiões ou a política aparecem em textos dos blogs. A maioria das publicações abordam hobbies ou a identificação com um país ou um território. Os hobbies e a identificação com algum território de fato é mais relevante para ti do que outros temas?

3. Quantas pessoas com as quais você mantém contato por intermédio do blog você conhece pessoalmente e/ou você mantém com elas uma relação pessoal direta?

4. É possível perceber que os textos em que você fala mais da tua vida pessoal, de gostos ou hobbies conseguem uma interatividade maior? Ou, em outras palavras, é possível perceber que quando manifestas mais a tua opinião as pessoas participam mais com comentários?

5. Quando isso acontece, quando as pessoas interagem mais com comentários no blog, você também publica mais respostas para os comentários destas pessoas?

6. Quando existe uma interação maior no blog, você percebe que aumenta a identificação das pessoas que comentam nos textos com o que você vai comentando? Ou, em outras palavras, que quanto mais você responde aos comentários dos internautas, mais pode observar que as pessoas que interagem contigo se identificam com o que você escreve?

7. De que maneira você se sente em relação às pessoas que visitam e comentam no teu blog?

8. Você percebe que muitos elementos que definem a tua identidade também podem ser percebidos nos discursos dos internautas? Quais são os mais comuns?

9. Quando escreves no blog, levamos em conta as preferências de temas dos internautas? Ou, em outras palavras, observas o que interessa mais para o público que participa do blog e tentas escrever mais sobre estes temas ou não?

10. A interação estabelecida no blog com outras pessoas alguma vez fez você mudar alguma opinião ou, inclusive, algum sentimento de pertencimento a algum grupo, seja de aficionado, de grupo religioso, político, social ou de outro tipo?

11. Você percebe que a interação com outros blogueiros cria um grupo com opiniões similares e/ou que têm alguns determinados assuntos em comum?

12. Você acredita que o gênero, a idade e/ou o rol social são pontos determinantes para a criação de um grupo de blogueiros ao redor da página pessoal que você mantém?

13. O rol social/a profissão que você desempenha tem influência no tempo que você dedica para manter o blog atualizado ou para responder mais aos comentários dos internautas?

14. Você se sente incentivado para responder com maior frequência aos internautas quando eles demonstram concordar mais com o que você escreve no blog?

15. Os argumentos e as opiniões dos internautas que participam com comentários no blog que você mantém influenciam na percepção que você tem de si mesmo ou a tua interpretação da realidade?

## RESULTADO DAS ENTREVISTAS

Respostas dos blogueiros para cada uma das perguntas do questionário citado nas páginas anteriores:

Pergunta 1:

- Autor de Lusanagi's Corner, Luis de Vega Sánchez:

*“Praticamente tudo já existia e eu o leia, por isso os links implementados no blog são baseados nos meus gostos e em outros trabalhos realizados por mim; Lusanagi no Fansub é um grupo de tradução que tenho para animés japoneses”*

- Autor de What Time Sailing?, Ismael Torres Dominguez:

*“O blog começou como um projeto entre dois companheiros de trabalho em uma noite de turno. Os primeiros leitores foram companheiros, família e amigos, depois se ampliou com nossos comentários em outros blogs e fóruns. Não existe nenhuma relação que tenha surgido devido ao blog em si. Se eu colaborei em outros foi graças aos meus artigos, por exemplo em android.es e em nosolofreak.com, aonde conheci a outras pessoas as quais eu posso chamar de amigos”*

- Autora de Bajando al Mono, Susana Torres:

*“Quando abri o blog coloquei links para todos os contatos do meu correio eletrônico, depois apareceram comentários aos meus posts e, assim, criei novos contatos, e linkei o blog com o Facebook <http://plus.google.com/+JuanJoseRosadoRecio> é alguém muito diferente de mim e que eu adoro, me acrescenta muito conhecimento científico”*

- O autor de Foxblog, Humberto Mena:

*“Antes de começar a escrever o grupo de contatos era realmente nulo, praticamente surgiu ao buscar conteúdo para o blog, ser um site pequeno me permitiu interagir mais de perto com as pessoas, inclusive vários posts são aportes que eles me proporcionaram”*

Pergunta 2:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“A razão pela qual eu iniciei o blog foi para compartilhar coisas que me interessam tanto a nível de gostos pela animação japonesa e os videogames, assim como a tecnologia; além de expressar as minhas opiniões sobre estes temas”*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Escrevo sobre o que eu gosto, é assim de fácil. Além disso, se queres chegar a um público mais amplo, a política e a religião não são bons campos aonde plantar. Ainda que em whattimesailing acredito que alguma vez eu tenha escrito sobre religião”*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Não. Planejei o blog como algo muito de hobbies”.*

- Autor de Foxblog:

*“Basicamente o site trata das minhas vivências pessoais com temas de Tecnologia e humor, pelo qual era um tema relevante mas nunca estive limitado a incluir qualquer outro tipo de conteúdo”.*

Pergunta 3:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“4, todos somos egressos da mesma universidade e, agora que vivemos em diferentes lugares, nos mantemos em contato por Facebook”*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Poucas, 3 ou 4”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“90% conheço”.*

- Autor del Foxblog:

*“Tive o privilégio de conhecer a dois blogueiros mais da minha cidade e ainda mantemos uma relação pessoal direta”*

Pergunta 4:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Não realmente”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Praticamente o meu blog é pessoal, por isso eu não percebo nada diferente porque sempre falo sobre os meus gostos, hobbies ou vida pessoal”*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Noto isso em duas ocasiões, quando publico algo artístico (textos ou desenhos) e quando conto coisas pessoais”.*

- Autor del Foxblog:

*“Ainda que o blog não tenha uma grande quantidade de visitantes, sua participação em temas complexos era maior quando você expõe teu ponto de vista e muitas vezes não estás de acordo com a maioria”.*

Pergunta 5:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Não, ao menos que tenha algo que comentar a respeito”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Normalmente sim. Sobretudo porque as perguntas são diretas”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Sim”.*

- Autor de Foxblog:

*“Sim, sempre busquei manter um tipo de conversação nos comentários, não sou um sabe-tudo e muitas vezes os visitantes sabem muito melhor de um tema que um (indivíduo), sempre busquei este tipo de retroalimentação”.*

Pergunta 6:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Às vezes; a verdade é que não escrevo o meu blog para agradar a outros, assim que não lhe dou tanta importância”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“No blog, quanto mais interação tenha com o autor, maior identificação tem com ele e seus escritos”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Sim”.*

- Autor de Foxblog:

*“Sim, e inclusive seguem acrescentando depois dele”.*

Pergunta 7:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Indiferente”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Muitas vezes tens a obrigação de seguir com o blog por eles, você os sente como se eles fossem um pouco próximos”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Curiosa por conhecer as suas opiniões e próxima”.*

- Autor de Foxblog:

*“É interessante, eu gosto de escrever e que alguém tome o seu tempo para ler te dá satisfação, pelo que você trata de agradar e buscar temas que lhes possa agradar”.*

Pergunta 8:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Não, não percebo”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Realmente não”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Criatividade, liberdade, comunicação, pacifismo e ativismo virtual”.*

- Autor de Foxblog:

*“Ao meu parecer o blog foi visitado por pessoas focadas na tecnologia e muitas vezes nos comentários você se dá conta que divide os mesmos hobbies”.*

Pergunta 9:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Não, escrevo apenas coisas que me interessam/incumbem”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Não, em Whattimesailing não. Em outros blogs aonde eu escrevi sim eu fiz isso”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Não”.*

- Autor de Foxblog:

*“Sempre tratei de escrever temas variados, mas também você tenta agradar a tua audiência com temas que, tirando como base os comentários ou medindo os temas populares com ferramentas como Google Analytics”.*

Pergunta 10:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Não”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Não”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Sim”.*

- Autor de Foxblog:

*“Sim!! Isso foi o melhor do blog, conheci gente que às vezes não estava de acordo com a proposta e com os seus comentários ou no chat eles me fizeram mudar de enfoque”.*

Pergunta 11:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Quando comecei o blog eu já tinha interação com blogueiros com os mesmos gostos que eu por meio de fóruns de discussão, por isso um grupo de opiniões já existia, mas não se criou um através da interação”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Totalmente, ainda sempre há alguém que discorda e é isso o que dá interesse”.*

- Autora de Bajando al Mono:



*“Sim”.*

- Autor de Foxblog:

*“Sim, conhecer mais blogueiros me permitiu aproximar-me de pessoas com opiniões similares e ideias das quais todos tínhamos algo em comum”.*

Pergunta 12:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“É possível, já que os temas que trato não são para qualquer extrato social/gênero/idade”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Não, vem determinada pelo interesse nas minhas viagens, histórias ou escritos”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Não”.*

- Autor de Foxblog:

*“Sim, porque principalmente é um blog pessoal, mas enquanto o tema de hobbies, não acredito que seja demasiado complicado”.*

Pergunta 13:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Sim, já que nem em todo o tempo posso atender o blog devido ao meu trabalho”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Depende da carga de trabalho que eu tenho, agora por exemplo a atualização é mais lenta. Em determinados momentos, escrevi inclusive dois ou três artigos em um mesmo dia”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Sim”.*

- Autor de Foxblog:

*“Atualmente o site está em stand by devido ao trabalho, mas quando alguém escreve um comentário, tomo a moléstia de ver o que escreve para se posso aportar algo, responder-lhe”.*

Pergunta 14:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Claro, mas isso é simples natureza humana”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Normalmente, um está motivado para responder quando vê interação, tenha ou não concordância”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Não, gosto da liberdade de expressão”.*

- Autor de Foxblog:

*“Não, no meu caso me motiva mais quando há intercâmbio de ideias contrárias e eu gosto de conhecer diferentes tipos de ponto de vista”.*

Pergunta 15:

- Autor de Lusanagi's Corner:

*“Não”.*

- Autor de What Time Sailing?:

*“Não”.*

- Autora de Bajando al Mono:

*“Sim”.*

- Autor de Foxblog:

*“Sempre tratei de ser o mais simples possível, de expor ideias e em alguns casos reinterpreta-las, o único que acredito é que aprendi muitas coisas ao estar por detrás de um blog e sempre estive aberto a novas experiências, sob o meu critério o que pude pegar para o meu crescimento pessoal eu o aproveitei e o que não, o esqueci”.*